



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

TELEVISÃO E CRIANÇA: UMA RELAÇÃO HISTÓRICA

Os diversos papéis da criança na televisão do início aos dias de hoje

MICHELLY ROSA FERREIRA

DRE: 109026800

Rio de Janeiro

2013



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

TELEVISÃO E CRIANÇA: UMA RELAÇÃO HISTÓRICA

Os diversos papéis da criança na televisão do início aos dias de hoje

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social - Jornalismo.

MICHELLY ROSA FERREIRA

Orientador: Marialva Barbosa

Rio de Janeiro

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

FERREIRA, Michelly Rosa

TELEVISÃO E CRIANÇA: UMA RELAÇÃO HISTÓRICA

Os diversos papéis da criança na televisão do início aos dias de hoje

Monografia (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo)

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Marialva Barbosa

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **TELEVISÃO E CRIANÇA: UMA RELAÇÃO HISTÓRICA**. Os diversos papéis da criança na televisão do início aos dias de hoje, elaborada por Michelly Rosa Ferreira.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 16/07/2013.

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof^ª. Dr^ª.

Marialva Carlos Barbosa

Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof^ª. Dr^ª

Cristiane Costa

Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof^ª. Dr^ª.

Cristina Rego Monteiro

Departamento de Comunicação - UFRJ

Rio de Janeiro

2013

FERREIRA, Michelly Rosa. TELEVISÃO E CRIANÇA: UMA RELAÇÃO HISTÓRICA. Os diversos papéis da criança na televisão do início aos dias de hoje Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Marialva Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho analisa a relação da criança com a televisão desde a primeira transmissão na década de 1950 aos dias atuais. O objetivo é entender a participação deste público nas grades e programações televisivas no decorrer dos anos e como foi construído o cenário atual de distanciamento entre este público e o conteúdo da televisão aberta. Para isso, contamos com um apanhado histórico da televisão, uma definição detalhada sobre o conceito de criança e sua evolução na sociedade, as legislações relacionadas à comunicação para este público na TV e a relação desta faixa etária com as novas tecnologias, como internet, jogos e TV a cabo. Esta rede de informações busca chegar a um denominador comum que observa o posicionamento das emissoras de televisão com este público e levanta a análise crítica sobre o futuro desta relação.

FERREIRA, Michelly Rosa. **TELEVISÃO E CRIANÇA: UMA RELAÇÃO HISTÓRICA**. Os diversos papéis da criança na televisão do início aos dias de hoje. Orientador: Prof^a. Dr^a. Marialva Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. TELEVISÃO E PROGRAMAÇÃO INFANTIL

2.1 De 1950 a 1970: O público infantil na formação, popularização e modernização da televisão.

2.2 Anos 1980: A democracia na televisão e o boom na programação infantil.

2.3 Anos 1990: A era da globalização na programação infanto-juvenil.

2.4 Anos 2000: A audiência infantil em meio às opções do avanço tecnológico.

3. INFANCIA E MÍDIA: A CRIANÇA COMO SUJEITO TELEVISIVO

3.1. O conceito de criança na sociedade e na mídia: do impresso à televisão

3.2. A criança como sujeito da televisão: mini celebridades

4. TELEVISÃO E INFÂNCIA NA PERSPECTIVA DO SÉCULO XXI

4.1 Transformações no cotidiano infantil: as novas tecnologias do mundo contemporâneo e suas influências na relação criança-mídia

4.2 Televisão para adultos: distância entre público infantil e televisão no século XXI

5. CONCLUSÃO

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. INTRODUÇÃO:

Este trabalho procura analisar a relação da televisão brasileira com o público infantil desde o seu surgimento até o momento contemporâneo. Seu objetivo é entender e contextualizar as mudanças na participação deste público nas grades televisivas brasileiras com foco na televisão aberta e contextualizar as influências, mudanças e transformações sociais e tecnológicas que contribuíram para uma nova relação da criança com a TV no cenário atual.

O primeiro capítulo faz um passeio histórico sobre a relação criança e televisão. Nesta parte, dividimos o estudo em quatro subitens: a fase inicial da televisão no país e as primeiras produções específicas para a TV, dos anos 1950 a 1970, a fase de consolidação da televisão no país e maior concorrência entre emissoras nos anos 1980, o período de sofisticação da televisão observado nos anos 1990 e o contexto atual de intertextualização da televisão dos anos 2000.

Os anos 1950 foram marcados pelo processo embrionário de produção da TV brasileira. Os teleteatros iniciavam a dramaturgia na primeira emissora do país, a TV Tupi. No ano de 1952, foi lançado o teleteatro “Sítio do Pica-pau amarelo”, voltado às crianças e adolescentes. Este foi o primeiro indício de reconhecimento da importância do público infantil na televisão, que ainda tinha pouca participação, devido à baixa acessibilidade do aparelho televisor nas casas brasileiras nos primeiros anos de transmissão.

A partir dos anos 1960, a população brasileira consegue ter acesso ampliado à televisão dentro de suas casas. Este fator intensifica a programação dedicada ao público infantil, seguindo a lógica de destinar, neste primeiro momento, a televisão à família. Dois programas infantis que se destacaram neste período foram “Capitão Furacão” e “Uni Duni Te”.

A situação política do Brasil no período da ditadura militar interfere diretamente na programação televisiva na década de 1970. O ministério das Comunicações do Governo Militar, imposto desde 1964, faz com que o meio seja também uma questão de segurança nacional e indispensável para a construção de uma rede integrada e sob o domínio dos que estão no poder. Nesse sentido, o “padrão de qualidade”, implantado sobretudo pela Rede Globo de Televisão, se mostra como estratégia para atender os ditames da segurança nacional. A TV Globo, inaugurada em 1965, com a implantação do seu “Padrão Globo de Qualidade” mudou o conteúdo de sua grade televisiva e em

relação ao público infantil o programa “Vila Sésamo” pode ser considerado síntese desse processo, ao destacar, sobretudo, o seu caráter educativo. O programa trazia informações sobre alfabetização, higiene, bom comportamento, além de desenhos animados e músicas.

Do mesmo modo que a política ditatorial influencia a programação televisiva na década anterior, os anos 1980 são marcados por sinais da redemocratização em sua grade. A TV Globo se consolida como líder de audiência, o SBT surge como concorrência no entretenimento e os programas infantis ganham personagens como Xuxa, com o “Xou da Xuxa” na TV Globo e Sérgio Malandro, com o “Oradukapeta” no SBT. Este momento se destaca pelo maior número de produções para a criança na televisão: as opções eram diversas e a faixa etária infanto-juvenil estava em alta na audiência e potencial de público publicitário. Foi esta a época do “Balão Mágico”, “Pirlimpimpim”, “Plunct Plact Zuuum”, “Palhaço Bozo”, entre outros.

A geração de 1990 viu, entretanto, uma televisão diferente do cenário anterior. Consolidadas as imagens de apresentadoras infantis como ícones da televisão brasileira, as crianças e jovens começam a ter contato com jogos eletrônicos e transmissões a cabo. Com o objetivo de manter esta fatia de público, as emissoras introduzem as superproduções infantis. Exemplos disso são a “TV Colosso” (1993), que contava com fantasias e efeitos especiais para formação de personagens “cães” dentro de uma televisão canina e a novela “Caça Talentos”, estrelada por Angélica dentro do programa “Angel Mix” (1996).

Em 2000, todo o cenário televisivo relacionado ao público infanto-juvenil sofre mudança considerável tanto em relação à qualidade e sofisticação da produção quanto em relação à referência da televisão para crianças, que começam a receber outras formas de comunicação e se identificam melhor jogos e a internet do mundo digital.

Neste momento a televisão mais uma vez tenta se reinventar, mas de forma diferente da década anterior: em vez de aprimorar seus programas, transportam-nos para a internet e para os jogos. Foi o que ocorreu com “Sítio do Pica-pau amarelo”, para o qual foi criado um site com diversos jogos que podem ser assinados pelos pais para utilização de seus filhos. E a TV Globinho que surgiu no ano 2000 já mudando o formato de produção para um modelo mais simples e tendo também uma interligação direta com internet, através da produção de jogos específicos e de vídeos.

O foco do segundo capítulo é a questão da construção do conceito de infância. Nesta parte, são destacados estudos brasileiros e internacionais sobre a temática, além

de questões legislativas sobre classificação indicativa e o trabalho das crianças na televisão. Qual a relação da criança com os conteúdos apresentados? Quais os impactos? Como fazer da televisão um meio de agregação positiva à educação e à formação da criança?

Inicialmente o foco do capítulo será exatamente a compreensão do papel social construído historicamente para a infância. Se até o século XVIII, na Europa Ocidental, a criança não possuía um papel específico, a partir do século XIX, a infância começa a ser mais valorizada, e em consequência ganha maior atenção das famílias e de setores do Estado, que passa a ela dedicar programas educacionais e de saúde. No século XX são iniciadas as primeiras discussões sobre os direitos das crianças e adolescentes (PONTE, 2012. p. 23-30). Em todo o mundo, a questão do trabalho infantil começa a influenciar calorosos debates. No Brasil, apenas em 1940 foi criada, como parte das Leis Trabalhistas outorgadas pelo governo Vargas, a primeira legislação proibindo o trabalho infantil.

A retirada da criança das lavouras, indústrias e outros serviços permite a imagem da infância como um período de educação e formação. É nesta fase que surgem os primeiros estudos pedagógicos para esta faixa etária e consequentemente a produção de conteúdos de forma mais sistemática voltada para o público infanto-juvenil. A produção que inicialmente se concentrava na produção literária, com o imaginário da fantasia e do conto de fadas, ao exemplo de “Peter Pan” e “Alice no País das Maravilhas”, se desloca para o cinema e, por fim, para a televisão.

A criação de produções midiáticas dedicadas a esta faixa-etária criou apreensão por parte da família e da sociedade com relação à influência exercida por estes conteúdos no comportamento e na disciplina das crianças e jovens. Esta preocupação foi denominada *media panics* pela pesquisadora Kirsten Drotner (1992), conforme destacado por Cristina Ponte (2012) e justifica diversas ações de contenção do acesso da criança e do adolescente a conteúdos produzidos, sobretudo, pela televisão.

A suposição da influência da televisão sobre o senso crítico da criança, no caso brasileiro, pode ser detectada desde os primeiros anos de sua transmissão. Exemplo disso foi uma campanha criada pela TV Tupi que apresentava na tela o índio, símbolo da emissora, que num desenho animado informava às crianças que já era hora de irem dormir. Esta veiculação passou a ser feita após diversos pedidos de pais preocupados com o horário que seus filhos estavam indo dormir, já que preferiam ficar diante da TV até altas horas da noite.

Com a criação de facilidades de crédito, em função dos modelos econômicos adotados no Brasil, passou a ser cada vez mais comum encontrar uma criança com uma televisão própria dentro do seu quarto. Esta individualização da TV dificultou o controle dos pais e deixou a criança cada vez mais tempo diante das telas de televisão. Pesquisas indicam que no Brasil, as crianças ficam em média 4 horas e 50 minutos por dia assistindo TV (ANDI e INTERVOZES, 2011, p.3).

Com a entrada da internet na rotina das crianças, a preocupação se mantém, mas regulações e participações efetivas dos pais vêm enfrentando dificuldades nos últimos anos. Ao contrário da classificação indicativa, que conta com a presença dos pais no momento da transmissão, a internet tem a criança na maioria das vezes utilizando o computador sem ninguém por perto.

Outra questão abordada no segundo capítulo é a criança como sujeito noticioso da televisão. Neste aspecto, as notícias em que ela é incluída são, na maioria das vezes, ligadas à violência ou ao desrespeito aos direitos das crianças (PONTE, 2012. p. 150).

Além de entretenimento e das notícias, a televisão também é agente de publicidade nesta comunicação com a criança. Há estudos que indicam uma parcela muito expressiva de comerciais transmitidos em televisão voltados ao público infanto-juvenil. Em função disso, diversos projetos de lei e organizações não governamentais tentam limitar a veiculação de comerciais para as crianças.

Outro aspecto relacionado à criança como sujeito da televisão é sua participação de dentro da TV: as crianças atrizes, apresentadoras, modelos. A partir do exemplo de Maisa Silva, apresentadora mirim do SBT que se destacou nos últimos anos pela desenvoltura e sinceridade frente às câmeras, analisamos os possíveis impactos na infância para a criança que trabalha na televisão e como a legislação protege a criança de qualquer abuso por parte das emissoras.

O terceiro e último capítulo procura refletir sobre o cenário atual da relação criança-televisão. As crianças da geração atual nasceram e estão crescendo imersas num mundo hipertextualizado, com participação intensa da internet, de jogos e de outras mídias no seu dia a dia. No cenário do século XXI temos filhos na geração da internet e pais na geração da televisão. Esta é a primeira vez (e provavelmente a última) que este conflito acontece na história: afinal, os próximos filhos serão provavelmente filhos de uma geração da década de 1990, já conectada às novas tecnologias.

As crianças da geração atual se identificam com o novo modelo midiático em função também do seu formato cognitivo, que permite assimilar diversas informações e

interações ao mesmo tempo. A participação desta faixa etária no mundo dos jogos e da internet, para alguns autores, cresce justamente por se tratarem de mundos hipertextuais que entram em sintonia com esta fase da vida (PONTE, 2010, p. 50).

Do mesmo modo que os pais desta geração têm encontrado dificuldades para lidar com a atenção dos filhos voltada à internet e aos jogos, a televisão, a grande babá nascida na década de 1950 tem desafios ainda maiores. Porém, o cenário atual do posicionamento da televisão quanto a esta faixa etária é assustador: a TV aberta está “expulsando” as crianças da sala.

Com a menor audiência gerada pela competição com a internet, os jogos e a TV a cabo, a televisão aberta brasileira tem limitado exponencialmente a participação da criança na grade de programação. Recentemente, o programa “TV Globinho” da Rede Globo foi retirado da transmissão diária, ficando disponível somente aos sábados. As outras emissoras que estavam seguindo o mesmo caminho, visualizaram, entretanto, um público potencial no país que não tem TV a cabo e espera uma programação da TV aberta: mais da metade da população brasileira.

Um dos motivos destacados pelas emissoras para este distanciamento são os movimentos limitando a publicidade voltada para o público infantil, o que atrai menos investidores para os programas e consequentemente disponibilizam menor orçamento para produções. Ao mesmo tempo, os programas infantis são líderes de audiência nas operadoras de televisão a cabo, o que demonstra que este público, apesar de estar totalmente ativo nas novas tecnologias continua utilizando e demandando as produções televisivas disponíveis.

Desta forma, o século XXI, no nosso entendimento, não significará o fim da relação televisão-infância. Todo o cenário social e histórico deve ser analisado para avaliar como a criança percebe a televisão e como a televisão atende a criança.

O estudo a seguir procura tão somente refletir sobre esse panorama, com base em informações, pesquisas e estudos nos âmbitos da psicologia e da comunicação. Assim, o que as páginas a seguir oferecem é uma contribuição para se analisar a relação histórica entre criança e televisão no Brasil.

2. TELEVISÃO E PROGRAMAÇÃO INFANTIL

O objetivo deste capítulo é contextualizar historicamente os programas televisivos voltados para a faixa infanto-juvenil desde a chegada da TV ao Brasil. Para analisar a presença deste público na programação, é necessário se referir a alguns programas que compuseram o cenário televisivo desde a sua implantação, em 1950, até o momento mais contemporâneo.

Como o período é muito extenso, optamos por destacar os programas mais representativos (inclusive do ponto de vista da duração memorável), dividindo essa história da televisão em períodos específicos, que foram consagrados em outros estudos como pertencendo a um mesmo processo histórico.

Tal divisão facilita o entendimento do papel do telespectador infantil e adolescente, as mudanças ocorridas no período com relação a este público específico e as hipóteses que compõem a discussão sobre o porquê de novas abordagens na grade televisiva na contemporaneidade.

2.1 De 1950 a 1970: O público infantil na formação, popularização e modernização da televisão.

Os primeiros momentos da televisão brasileira foram marcados por limitações tecnológicas das emissoras, acesso restrito ao aparelho receptor, situação econômica instável e grade de programação ainda em estruturação. Porém, a novidade do século XX no país trouxe também produções artísticas que marcaram a década de 1950.

Neste período, a dramaturgia na televisão era em sua maioria composta pelos teleteatros – produções de apresentação ao vivo, feitas em estúdios limitados e com pouca estrutura e tecnologia – que eram produzidos a partir de grandes obras da literatura e contavam com uma equipe de atores, produtores e autores em muitos casos vindos da rotina do rádio.

Os teleteatros participaram acima de tudo de um processo de experimentação da televisão tanto para profissionais quanto para os telespectadores. Toda a novidade da televisão trazia uma mudança de comportamento social e refletia nas demandas do público por entretenimento (BRANDÃO, 2010, p. 47)

O avanço da televisão na sua primeira década no Brasil, mesmo sem a popularização efetiva que viria apenas na segunda década, significou a criação de

programas com público alvo mais diversificado, como as mulheres, os jovens e as crianças.

Já em 1952 foi criado o teleteatro “Sítio do Pica-Pau Amarelo” pela TV Tupi. A primeira produção de televisão voltada para o público infantil era exibida ao vivo semanalmente e baseava-se na literatura de Monteiro Lobato, conforme os padrões do teleteatro. “Sítio” foi o primeiro teleteatro a contar com publicidade em suas cenas, incluindo produtos cosméticos e outras marcas nos diálogos dos atores (BRANDÃO, 2010, p.47).

O enredo que conta a história de Emília, Narizinho, Pedrinho, Marquês de Rabicó, Visconde de Sabugosa, Dona Benta, Tia Nastácia, Cuca, Saci, entre outros, se passa no sítio da avó de Narizinho e Pedrinho, Dona Benta e conta aventuras das crianças com uma boneca de pano atrevida, a Emília, e os personagens folclóricos característicos de uma obra modernista brasileira.

“Sitio do Pica-Pau Amarelo” foi exibido por 10 anos na TV Tupi, sendo considerado um dos grandes sucessos televisivos na época e foi reeditado posteriormente em diversas outras emissoras, com outros formatos de transmissão e adaptações no texto de acordo com o período de transmissão¹.

Outro exemplo deste mesmo período é “Falcão Negro”, série produzida pela TV Tupi de São Paulo voltada ao público infanto-juvenil que contava a história de um herói inspirado no “Zorro”. O personagem utilizava uma espada para vivenciar as aventuras que aconteciam em lugares diversos do mundo e da história. O seriado durou oito anos e foi exibido novamente na década de 1960. O público infanto-juvenil nos fins da década de 1950 no Brasil pode acompanhar também a série “Papai Sabe Tudo”, importado da rede CBS nos Estados Unidos, que contava a história de uma família típica estadunidense nos moldes de *sitcom*.

Sitcom é um conceito que define seriados com perfil humorístico que encenam ambientes comuns da família, do trabalho, da escola, de grupos de amigos etc. A palavra *Sitcom* é uma abreviatura do termo em inglês *Situation Comedy* (Comédia de Situação)². O pesquisador Arlindo Machado (2000), define a preferência das emissoras de TV pelo formato seriado, como acontece com os *sitcons*:

Há várias explicações sobre as razões que levaram a televisão a adotar a serialização como a principal forma de estruturação de seus produtos audiovisuais. Para muitos, a

¹ Sobre o Sítio do Pica-Pau Amarelo cf. BRANDÃO, Cristina, “As primeiras produções teleficcionais” in História da Televisão no Brasil, São Paulo, 2010.

² Fonte: Wikipedia: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Sitcom>

televisão, muito mais do que os meios anteriores, funciona segundo um modelo industrial e adota como estratégia produtiva as mesmas prerrogativas da produção em série que já vigoram em outras esferas industriais, sobretudo na indústria automobilística. A necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta teria exigido da televisão a adoção de modelos de larga escala, onde a serialização e a repetição infinita do mesmo protótipo constituem a regra. Com isso, é possível produzir um número bastante elevado de programas diferentes utilizando sempre os mesmos atores, os mesmos cenários, o mesmo figurino e uma única situação dramática (MACHADO, 2000, p. 86).

Estes exemplos dos primeiros dez anos de televisão no país revelam que, desde o início das transmissões, havia a participação efetiva e duradoura de programações voltadas ao público infantil dentro da proposta televisiva, mesmo anteriormente a uma estruturação mais densa das emissoras e de suas produções dramatúrgicas. Já na década de 1950, a criança e o adolescente contaram com produção midiática específica, criada para atrair os olhares deste público e de seus familiares.

Nos anos 1960, a televisão inicia um processo de popularização e um conceito de público alvo mais sofisticado, contrário ao direcionamento quase intuitivo dos primeiros tempos. Nesta fase da televisão brasileira, os aparelhos ficam mais acessíveis às casas e as emissoras começam a adotar a ideia de “grade televisiva” de acordo com o caráter familiar.

A partir de então, a televisão é tratada como produto familiar e inicia um formato de transmissão baseado na rotina da família brasileira, com horários fixos na programação para garantir a articulação entre trabalho e lazer (BERGANO, 2010, p. 62).

Além disso, as emissoras de televisão passam a se utilizarem dos índices de audiência para avaliar o desempenho e a continuidade de sua programação. As programações do dia se separam com o conceito de “horário nobre” e as preferências da audiência específica para cada horário. Este início de sofisticação da programação em relação ao público tem associação direta com patrocinadores que são cada vez mais frequentes nas produções e com influências diretas na linguagem e no horário de transmissão. Como destacado por Alexandre Bergano:

A implicação mais importante relativa a esse aspecto da publicidade é que se firmou a ideia de uma televisão que se constitui como “parte integrante da rotina de uma família”. Uma imagem que remonta ao rádio e que a televisão vem para “substituir”. Em função disso, sua programação começa a ser pensada, nos anos 1960, a partir de sua gradativa adaptação à “rotina familiar” e, principalmente, a partir de uma divisão de “horários” que buscasse uma melhor articulação entre o trabalho e o lazer (BERGANO, 2010, p.62).

É diante deste conceito que se incluem as transmissões em horários específicos para o público infanto-juvenil. Associando o horário escolar predominante à grade de programação, os programas para esta faixa etária passam a ser veiculados em sua grande maioria no horário da manhã ou no fim da tarde.

Um exemplo de programa de sucesso neste período foi o “Capitão Furacão”, exibido pela recém fundada TV Globo em 1965. O programa destacava como personagem central um velho capitão interpretado pelo ator Pietro Mário e tinha como atrações brincadeiras e desenhos animados.

Com o sucesso “Capitão Furacão”, a mesma TV Globo criou no mesmo ano o programa “Uni Duni Te”, apresentado pela professora Fernanda Barbosa Teixeira, chamada de “Tia Fernanda”. O programa diário tinha uma hora de duração e começava às 11 horas da manhã. O conteúdo baseava-se principalmente na imagem de uma sala de aula com quadro negro, giz e cadeiras escolares onde a apresentadora e seus “alunos” estudavam, brincavam e cantavam. As crianças telespectadoras participavam enviando cartas e desenhos que eram mostrados durante o programa.

Este último exemplo mostra o início de um papel menos passivo do telespectador com a televisão e sua interação com o programa. A preocupação da novata TV Globo na inclusão de programas infantis em sua primeira grade demonstra que o público já é considerado de importância para a audiência televisiva. A mesma TV Globo, posteriormente, nos anos 1980 e 1990, será influenciadora de modelos de programação infantil em outras emissoras.

Os anos 1970 são marcados por um esforço (e pressão) do governo brasileiro para melhoria da qualidade dos programas televisivos e pelo fim do sensacionalismo e do “grotesco” de dominavam o conteúdo dos programas mais populares ³. Este processo coincide com o intenso crescimento da TV Globo e sua modernização para atender a um padrão de qualidade até então novo na televisão brasileira. Houve uma transformação intensa na grade de programação da TV Globo que contou com benefícios tecnológicos oferecidos pelo governo. É o que destacam Ana Paula Goulart e Igor Sarmento:

A estratégia da TV Globo era “elevar o nível” para responder, como vimos às pressões feitas pelo governo, pela imprensa e por setores conservadores da sociedade, mas também para aumentar o seu prestígio diante do público intelectualizado, que reconhecia qualidade estética na produção artística da esquerda. Os novos profissionais produziam obras televisivas modernas, que se pautavam pela representação do cotidiano e das questões urgentes da realidade política daquele momento (GOULART e SACRAMENTO, 2010, p. 124).

³ Para o aprofundamento desse tema cf. GOULART e SACRAMENTO, A História da Televisão no Brasil (2010).

Havia intervenção direta do governo ditatorial na programação televisiva e alguns programas que fugiam aos padrões de moral estabelecidos pelo código de conduta militar sofriam sanções e suspensões. Foi o caso dos programas do Chacrinha, Hebe Camargo, Dercy Gonçalves e Silvio Santos, entre outros.

Nesse momento foram criados programas de alcance nacional, como o “Jornal Nacional” e as telenovelas ganharam espaço muito maior na programação, com grade fixa e adaptada ao tipo de audiência de cada horário. Os programas específicos, entre eles os infantis, passaram a ter um caráter ao mesmo tempo educativo e lúdico. Um exemplo disso é Vila Sésamo, que começou a ser exibido no ano de 1972, pela TV Globo.

O programa era exibido em horários adaptados à rotina habitual do público infantil: 10h45min da manhã e 16h00min da tarde, o que mostra que o hábito da audiência articulado à programação se iniciou na década de 1960. O conteúdo era revezado entre noções educativas e humor num cenário que remetia a uma vila onde conviviam crianças e os bonecos personagens do programa. Diversos temas constituíam o momento educacional do programa, como apresentação das letras do alfabeto, da palheta das cores, além de noções de higiene e normas de trânsito, entre outras temáticas. Além disso, a atração incluía desenhos animados e músicas.

A qualidade do programa era destacada por críticos de televisão, como mostra o relato abaixo, em que crítico de televisão do jornal O Globo, Artur da Távola, contrapõe sua insatisfação com o programa “Só o Amor Constrói” criado pela TV Globo, em 1973, a outras emissões, em sua opinião, “ousadas, modernas e de altíssimo nível”:

Ele [Artur da Távola] não se conformava com o fato de a mesma emissora que galgava as lideranças com temáticas modernas em suas novelas, que ousava e vencida com os “Casos Especiais”, que realizavam um “Globo - Shell Especial”, que criou “Shazan e Xerife” e “Vila Sésamo”, que editava um “Jornal Nacional”, um “Globinho” e um “Jornal Internacional”, que tinha documentários do The National Geographic e do “Amaral Neto, o Repórter”, todos de “altíssimo nível”, investisse num programa que representava “um retrocesso” frente a tudo o que já havia sido conquistado (GOULART & SACRAMENTO, 2010, p. 121).

Outro programa infantil que se destacou neste período e com o mesmo objetivo de qualificar a programação da TV Globo foi o “Slim John” que ensinava inglês nas manhãs de sábado (GOULART & SACRAMENTO, 2010, p.123).

Num apanhado geral para as três primeiras décadas da televisão brasileira, a programação dedicada ao público infantil pode ser considerada de destaque, sobretudo,

se considerarmos as transformações e limitações que fizeram parte as emissoras neste período. Ainda assim, esta faixa etária foi considerada praticamente de forma intuitiva na década de 1950, dentro do conceito de “público familiar” a partir da década de 1960 e participando de uma modernização e qualificação da televisão na década de 1970. Estes fatos confirmam a percepção das emissoras desde o início da televisão no país sobre a importância deste público na formação da opinião familiar e de consumo.

Nos próximos anos, o público infantil ocupará posição ainda mais destacada na programação, participando diretamente como público consumidor da televisão e dos produtos a ela associados.

2.2 Anos 1980: A democracia na televisão e o boom na programação infantil

A televisão brasileira na década de 1980 se constrói num momento mais democrático tanto com relação à transição política da ditadura militar para a democracia quanto através do acesso muito mais representativo da população ao meio.

Neste contexto, a TV Globo se consolida como líder de audiência no Brasil a partir das transformações feitas na década anterior⁴. Ao mesmo tempo, a TV Tupi, entre outras emissoras, começa a sua decadência. E, a partir de negociações entre Silvio Santos e as afiliadas da TV Tupi, é criado o SBT, com um viés mais popular, com programas de auditório e publicidade voltados para as classes C e D (MIRA, 2010, p. 166).

A entrada da nova concorrente obrigou a TV Globo, junto com outras emissoras, a readaptar sua linguagem e incluir novamente programações de abordagem popular à sua grade. É o momento em que os programas populares estão em destaque, telenovelas conhecem enorme sucesso e os programas infanto-juvenis sofrem um verdadeiro *boom* nas emissoras. Este fenômeno pode ser explicado pela concorrência criada pelo SBT e pelo maior acesso e preferência da criança e jovem pela televisão como entretenimento.

A partir de então, diversos programas infanto-juvenis passam a ocupar a grade televisiva brasileira. Entre as novidades estão musicais que contam com artistas da Música Popular Brasileira, tais como: “Vinicius para Criança”, “Plunct, Plact, Zuuum”, “Pirlimpimpim...” e “Balão Mágico”.

“Vinicius para Criança” ou, como ficou conhecido, “A Arca de Noé” foi um musical apresentado pela TV Globo em 1980, baseado no projeto de um disco infantil

⁴ Sobre o padrão global de qualidade cf. GOULART e SACRAMENTO, “A Renovação Estética da TV” in A História da Televisão no Brasil, São Paulo: Contexto, 2010.

criado por Vinicius de Moraes e interrompido por sua morte em 1980. Desta forma, o disco, concretizado por Toquinho, Fernando Faro e Rogério Duprat, foi exibido na estrutura de diferentes quadros com cantores interpretando músicas e apresentados uma menina de seis anos⁵.

No programa “Plunct Plact Zuuum...” da TV Globo, em 1982, uma turma de amigos decide fugir por não conseguirem fazer tudo o que queriam e encontram um mundo cheio de desafios e fantasias. A trilha sonora tem nomes como Raul Seixas, Fafá de Belém, José Vasconcelos e Maria Bethânia. A exibição rendeu posteriormente um disco com a trilha sonora e vários prêmios à emissora⁶.

No mesmo ano de 1982, a TV Globo exibe o musical “Pirlimpimpim” em comemoração aos 100 anos de Monteiro Lobato. A produção era baseada no imaginário de fantasia das obras do autor a partir do pó mágico que levava crianças a aventuras, o “Pirlimpimpim”, e contou com o elenco do Sítio do Pica-Pau Amarelo. As músicas ficaram por conta de Jorge Ben Jor, Moraes Moreira, Baby Consuelo, Lucinha Lins, Zé Ramalho, Dona Ivone Lara, Fábio Jr., Ângela Rô Rô, Bebel Gilberto, Ricardo Graça Mello e Jane Duboc.

O “Balão Mágico” foi incluído neste conjunto pela relação com a Música Popular Brasileira, apesar de não se tratar de um programa especial, mas sim um programa da grade fixa da TV Globo entre 1983 e 1986. A produção era apresentada por crianças e contava com encenações dos atores mirins, apresentações musicais, brincadeiras e desenhos animados. A MPB participa do programa através de sucessos como “Lindo Balão Azul” e “Depende de nós” e “Superfantástico”⁷.

Outros programas infanto-juvenis da década de 1980 tiveram bastante destaque: um deles foi o “Xou da Xuxa”. No ar pela TV Globo a partir de 1986, o programa lançou na televisão a “rainha dos baixinhos” Xuxa Meneghel⁸. A atração misturava brincadeiras, musicais, números circenses, desenhos animados e quadros especiais. O diferencial era o auditório composto por diversas crianças que iam ao palco participar de brincadeiras e apresentações além da frequência de exibição: de segunda a sábado. Xuxa dividia o palco também com personagens que se tornaram clássicos da televisão como as Paquitas, Dengue e Praga. Outra característica da apresentadora era a atuação

⁵ Site Memória Globo: <http://memoriaglobo.globo.com>

⁶ Site Memória Globo: <http://memoriaglobo.globo.com>

⁷ Idem.

⁸ Ainda que Xuxa tivesse vindo da TV Manchete, aonde estreou o seu primeiro programa televisivo (“Clube da Criança” entre 1983 e 1986) foi na TV Globo que se consagrou como a “rainha dos baixinhos”.

musical com o famoso “Parabéns da Xuxa”, “Quem quer Pão”, “Lua de cristal”, entre outros⁹.

Um dos mais famosos programas deste período foi “Oradukapeta”, liderado por Sérgio Malandro a partir de 1987, no SBT. Diário fazia concorrência ao “Xou da Xuxa” e, assim como este, contava com uma plateia infantil que fazia brincadeiras no palco, dentre elas a famosa “Porta dos desesperados” que satirizava a “Porta da Esperança” do Programa Silvio Santos. Nessa “Porta”, a criança deveria escolher entre as três disponíveis e apenas uma teria um prêmio enquanto as outras tinham um gorila que perseguia o participante. A atração transmitia também desenhos animados e quadros humorísticos.

Ainda destacando a quantidade de programas dedicados ao público infantil na década de 1980, vale a referência ao Palhaço Bozo, programa editado da versão original americana, e estrelado pelo palhaço, interpretado por diversos atores, e outros personagens que dialogavam com ele em diversas situações. Bozo era transmitido pelo SBT, TVS Rio e TV Bandeirantes, sob o controle de Silvio Santos através da TVS¹⁰.

A participação expressiva do público infantil nas grades televisivas da década de 1980 é consequência de uma mudança de comportamento da criança e maior participação deste espectador na demanda televisiva. Além disso, a concorrência estabelecida com a entrada do SBT no cenário das emissoras de televisão criou um novo cenário não só nos programas de conteúdo infanto-juvenil como também em toda a programação das emissoras.

Além disso, a década de 1980 é marcada por uma televisão “antenada”, consciente do seu papel nas transformações sociais e participante no processo de criação de uma cultura emergente cada vez mais voltada para o moderno e o tecnológico:

O contexto cultural que sintetizou os anos 1980 no país pode ser pensado como um lugar de transição e reorganização da sociedade civil. Esse contexto fez emergir uma mudança na imaginação. Ela fazia parte dos novos cenários de atuação que o próprio sistema capitalista incorporava, tais como o processo de ascensão dos grandes mercados capitais, a configuração de conglomerados midiáticos e, consequentemente, a intensificação dos usos de novas tecnologias – medida pelo crescimento da informática – que reforçavam o projeto de uma economia voltada cada vez mais para a cultura do consumo (CAMINHA, 2010, p. 198).

⁹ Antes de sua entrada na TV Globo, Xuxa apresentou o programa: Wikipedia.
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Xuxa>.

¹⁰ Idem.

2.3. Anos 1990: As era da globalização na programação infanto-juvenil

Se nos anos 1980 a corrida das emissoras pela liderança era baseada na mudança de comportamento do público diante das transformações sociais, na década de 1990 não foi diferente. O contraponto, entretanto é o turbilhão econômico que marca os anos 1990 e a rede de serviços de comunicação que incluem não só a transmissão e o telefone como também a TV a cabo e a Internet.

Politicamente, os primeiros anos de 1990 também tiveram grandes transformações. Após eleger o primeiro presidente democraticamente, a população brasileira enfrentou a escassez econômica com o confisco dos bens da caderneta de poupança e o movimento que derrubou o Presidente da República, Fernando Collor de Melo.

Antes disso, Fernando Collor já havia iniciado o processo de neoliberalismo econômico com base, principalmente, na privatização de estatais e abertura do capital econômico. Este movimento contribuiu para a entrada de multinacionais estrangeiras no país além do contato da população brasileira com os produtos internacionais de comunicação, gerando um público potencial para a entrada de canais de transmissão mundial no país. Sobre estas novidades no cenário brasileiro na década de 1990 e as consequências sobre o ambiente comunicacional, o texto de Valério Cruz Britos e Denis Gerson Simões resume o contexto político, econômico, social e tecnológico pelo qual passava o Brasil no período:

O cenário comunicacional brasileiro – e especialmente a televisão e toda a cadeia do audiovisual – inseriu-se plenamente nessa onda de mudanças, inclusive incentivando-a. Os anos 90 do século XX constituíram-se como momento destacado da fragilização da percepção sobre as fronteiras nacionais, resultante dos movimentos de globalização capitalista. O prenúncio era de uma mídia sem armas, desvinculada de vontades do Estado, mas o que se consolidou foi o princípio de livre concorrência, com a ampliação no número de emissoras televisivas e o acirramento de lógicas mercadológicas. Frente a isso, grupos de televisual aberto do Brasil partiram para outros setores, como a TV paga e a exploração de negócios em outros países, reposicionando-se de forma reativa, mas buscando a inovação. Trata-se de um período que especialmente assinalado pelas características do capitalismo global, representa um momento de transição para uma lógica diferenciada das anteriormente visualizadas, constituindo agora o ambiente digital (BRITOS & SIMÕES, 2010, p. 220).

É dentro do olho desse furacão que surge em 1993, na TV Globo, a “TV Colosso”, um programa infantil de segunda a sexta que fazia paródia da televisão através da apresentação por personagens caninos. A produção necessitava de bailarinos para dar vida aos bonecos em forma de cães. O sucesso deste, que foi um dos primeiros programas criados pelo diretor da TV Globo, J. B. de Oliveira, o Boninho, foi imediato.

“TV Colosso” representou também a produção de um programa infantil com ares de superprodução dentro do leque oferecido às crianças nas manhãs¹¹.

Dentro destas opções, surge no mesmo ano o “Bom dia & Cia” no SBT estrelado pela apresentadora Eliana. O programa tinha conteúdo educativo num cenário de uma casa e contava com personagens, brincadeiras e desenhos. Eliana ganhou outros programas enquanto o “Bom dia & Cia” teve diversos formatos e apresentadores até os dias de hoje¹².

Dentro da temática pedagógica e educativa, surge, em 1994, na TV Cultura o “Castelo Rá Tim Bum”, um programa que utilizava o mundo da fantasia com personagens feiticeiros com centenas e milhares de anos de idade, dentre eles, Nino, um garoto que faz um feitiço para atrair amigos ao castelo e viver grandes aventuras. A trama contava com diversos personagens, um elenco grandioso e rendeu a edição de livros e a transposição para o cinema¹³.

Nesse momento, a TV aberta passa por um período de intensa concorrência e aumento de qualidade, enquanto a TV paga ganha na década de 1990 um espaço de maior representatividade no mercado brasileiro embora muito menor se comparado a outros países aonde o serviço chegou antes, a exemplo da Alemanha e da Argentina. De qualquer forma, a TV a cabo representou em seus primeiros passos no Brasil a inclusão discursiva da televisão internacional no país num momento de otimismo com a reorganização da moeda (através do Plano Real no governo de Fernando Henrique Cardoso) e uma população que, de forma crescente e acelerada, se via refletida no consumo de aparelhos televisores e novos serviços de comunicação.

Este fenômeno do otimismo econômico atingiu também as grandes empresas que não hesitaram em anunciar cada vez mais, permitindo e demandando melhoria significativa na qualidade dos programas e na tecnologia adotada. Nesta fase surgem programas infantis mais sofisticados, com efeitos especiais e dramaturgia específica.

Esse foi o caso de “Angel Mix”, criado em 1996 pela TV Globo, e que era um programa matinal diário apresentado por Angélica. A produção contava com diversas atrações musicais, brincadeiras, a participação do auditório e bate-papos além de uma novelinha direcionada ao público infantil estrelada pela própria Angélica, a “Caça Talentos”. Na trama, Angélica vivia uma fada que se teletransportava de um lado para o

¹¹ Fonte: site Memória Globo: <http://memoriaglobo.globo.com>

¹² Fonte: Wikipedia. <http://pt.wikipedia.org/>

¹³ Idem.

outro e fazia magias diversas com efeitos especiais. Esta produção é o espelho de uma televisão com maior capricho e orçamento, principalmente quando diz respeito a um público e horário não considerado como principal na grade televisiva brasileira¹⁴.

A globalização dos meios de comunicação e a rede cada vez mais ampla de emissoras internacionais atuando no Brasil criaram um processo de segmentação dos públicos através de canais diferenciados para cada tipo de audiência na TV a cabo, revelando um novo formato de distribuição de conteúdo ante a padronização característica das televisões abertas. Contudo, a padronização tradicional tinha uma característica que interessava os meios internacionais: a nacionalidade dos programas. Os enlatados estrangeiros faziam o gosto dos brasileiros, mas os programas nacionais tinham a identificação do público.

É neste contexto globalizado e de redução dos investimentos dos anunciantes devido à estagnação da economia que as emissoras internacionais de TV a cabo formam parcerias com emissoras brasileiras para produzir e veicular programas em baixíssimo custo.

Frente a isso, os programadores de canais pagos se interessaram em nacionalizar mais suas grades de programação, incluindo produtos de empresas brasileiras e instituindo parcerias. Mas, ao contrário dos Estados Unidos, no Brasil não havia tradição de grandes produtoras para TV (o que começa a mudar), além daquelas voltadas para a publicidade, pois aqui a regra foi a própria veiculadora realizar seus bens culturais. Mais grave é que, enquanto a produção brasileira custava cerca de U\$\$ 20 a U\$\$30 mil a hora, a estrangeira, que é exibida em muitos países, chegava por U\$\$ 3 mil cada sessenta minutos (BRITOS & SIMÕES, 2010, p. 255).

Um exemplo de produção infantil resultante deste processo de globalização e comunicação em rede entre emissoras brasileiras e estrangeiras foi o “Disney Club”, posteriormente chamado de “TV Cruj – Comitê Revolucionário Ultra Jovem”. O programa foi exibido a partir de 1997 pela rede SBT em parceria com o Disney Channel que também exibiu o programa. A atração era apresentada por crianças num cenário de uma televisão pirata localizada no porão da casa de onde eram exibidos desenhos animados e algumas situações entre os integrantes do “Cruj”.

O programa foi exibido em mais de 30 países configurando-se como um exemplo do padrão de produção adotado pelo Brasil com o objetivo de integrar-se ao mercado televisivo internacional, tal como ocorreria com as telenovelas da TV Globo posteriormente.

¹⁴ Fonte: site Memória Globo: <http://memoriaglobo.globo.com>

Neste período de transição, entre os anos 1990 e 2000, a programação se confunde principalmente pela tecnologia já bastante representativa e pela rotina do brasileiro que também demanda outro tipo de conteúdo dos programas que deseja consumir em sua casa e para sua família. Os programas infantis deste período sofrem grande transformação principalmente no que diz respeito à sofisticação de suas produções e à participação ainda mais ativa da criança na formação do consumo familiar.

Numa comparação entre os dois períodos para delinear com as diferenças e semelhanças desta “fronteira” tecnológica e de relacionamento, a reflexão de Valério Cruz Britos e Denis Gerson Simões é fundamental:

Claro que se faz importante separar o contexto dos anos 1990 e dos anos 2000. De modo sucinto e amplo, pode ser colocado que no primeiro há o ingresso dos serviços de mídias pagas e a estruturação de novas bases de mercado dentro de padrões globalizados, iniciando a entrada, em larga escala, de novas tecnologias ligadas aos meios comunicacionais e às telecomunicações no país, a partir das privatizações. No segundo, há, por parte das empresas de televisão por assinatura, o oferecimento de novos serviços, com venda casada à programação de televisual, uma medida que vem de projetos já dos anos 1990. Nessa questão, tem destaque a internet de banda larga e a telefonia, o que impulsionou uma nova onda de aquisições de contratos de mídias pagas. Em todo caso, é relevante ressaltar que em vários momentos, dentro desses períodos, houve aspectos econômicos específicos, com o favorecimento ou o prejuízo de investimentos, o que acabou por delinear o rumo desse segmento (BRITOS & SIMÕES, 2010, p. 229-230).

2.4. Anos 2000: A audiência infantil em meio às opções do avanço tecnológico

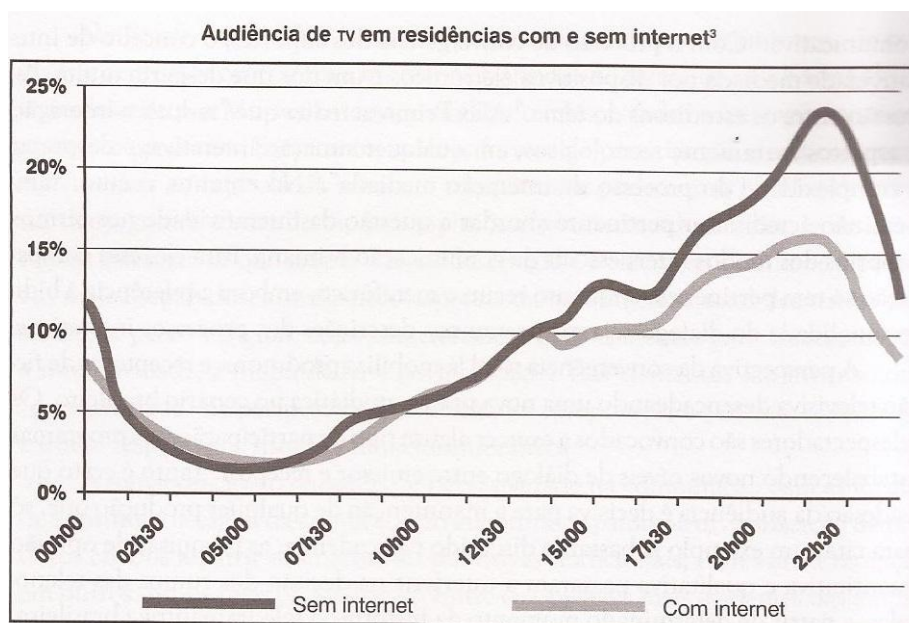
A televisão que tanto se utilizou das novas tecnologias para aprimorar seus programas e atingir o seus públicos encontra adversários de peso nos anos 2000: a Internet, a TV a cabo e o videogame. No contexto histórico do período, as mídias passam por transformações importantes não somente com relação à programação infanto-juvenil como também aos serviços em geral.

Os anos 2000 são marcados pela interatividade. Com o objetivo de continuar impactando os públicos que já se dividiam entre televisão e Internet, as emissoras de TV iniciam um processo de digitalização de seus programas utilizando-se do recurso da interatividade para manter o espectador fiel a sua programação mesmo que esteja longe da televisão.

Com este processo, os produtos televisivos passam a gerar novos produtos criando uma rede de comunicação onde se assiste, se opina e se compartilha. Estes produtos são os sites dos programas, os games interativos e, posteriormente, as páginas no Facebook, Twitter e outras redes sociais.

Várias formas de interação são encontradas nesta fase de experimentação das novas mídias em favor da programação televisual. Em algumas emissoras as ligações telefônicas continuam presentes como ação do espectador diante da programação, porém, os sites de atrações tornaram-se as principais plataformas de conteúdo, interatividade e acompanhamento na década de 2000. Desta forma, diante da cada vez mais crescente participação da criança nos meios virtuais, a televisão passou a se adaptar com o objetivo de manter este público ligado a sua programação.

O quadro abaixo mostra como o uso da internet impactou na audiência televisiva:



Fonte: GOULART & SACRAMENTO. História da Televisão no Brasil. São Paulo: Contexto, 2010.

A TV Globo foi pioneira no processo de virtualização de suas programações e, a partir do lançamento da Globo.com em 2006, teve sua plataforma de interação ainda mais fortificada com sub-sites exclusivos das novelas, séries, programas, telejornais etc. Com relação ao público infantil principalmente, não é difícil encontrar jogos e atividades lúdicas para atrair as crianças. No texto de Ana Silvia Médola e Léo Vitor Redondo, “A Ficção televisiva no mercado digital”, a tecnologia de rede de informação entre ambientes e aparelhos diversos que pode ser acessada de qualquer lugar através da tecnologia *wireless* é chamada *pervasividade*:

Dessa forma, a pervasividade na relação conteudística conota a produção de conteúdos que migram de suportes ou que criam subprodutos, ou até mesmo complexificam-se em outras mídias, já que essas não se encontram ainda totalmente convergidas. Tem-se, assim, a compreensão de que o conteúdo de um meio estende-se de tal forma que sua expansão atinge outras mídias. Isso já acontecia anteriormente no plano do conteúdo com a repercussão de jornais e revistas sobre as novelas de televisão, mas hoje, no

entanto, esse fenômeno adquire novos contornos, pois são desenvolvidos conteúdos relativos às novelas pelos seus próprios núcleos de produção, que saem do âmbito de televisão encontrando espaço e audiência em outras mídias caracterizadas agora pelas possibilidades de mobilidade, portabilidade e interatividade (MÉDOLA & REDONDO, 2010, p. 314).

Além de as emissoras disponibilizarem conteúdos e curiosidades, o telespectador passa a assumir posição diferenciada de agente de opinião para os conteúdos transmitidos. Desta forma, a pretensa passividade da audiência fica ainda mais no passado e o público quer e pode opinar sobre a programação. É importante a ressalva de que as emissoras continuam pautando suas programações com influência de patrocinadores e interesses gerais e que, portanto, esta interatividade opinativa é transmitida na televisão de forma limitada.

Um exemplo de participação do espectador na produção e andamento de programações são os blogs dos autores. Estes ambientes servem como diários para aqueles que escrevem as tramas televisivas e são feitas constantemente perguntas aos leitores que geram debates sobre o andamento da atração. No mundo da televisão infantil-juvenil a interação se mostrou mais forte na TV aberta a partir do “Sítio do Pica-Pau Amarelo” regravado pela TV Globo a partir de 2000.

Nesta versão do programa, algumas tecnologias foram inseridas para adaptar a história ao mundo tecnológico. Dona Benta, por exemplo, acessava a Internet e as crianças também utilizavam novas tecnologias. Dentro destas inovações também o site do “Sítio” conta com brincadeiras, jogos e informações sobre os capítulos. Atualmente, além do site, a Globo.com mantém o “Mundo do Sítio”, um ambiente para assinantes que traz jogos e interação entre os participantes.

Outro programa com forte apelo interativo é a TV Globinho. Transmitida todos os dias no horário da manhã pela TV Globo desde 2000, a atração conta com um blog e um “Fale conosco” no site. Além disso, disponibiliza os vídeos da programação para que o participante assista a partir do computador.

A interação estabelecida com o público no programa “Bom dia & Cia” é feita através do telefone onde este pode participar do jogo e escolher o prêmio posteriormente. Este tipo de contato se mostra mais acessível a outros públicos sem acesso à Internet.

Outro infantil com interação diferenciada da estabelecida pela Internet foi o “Teatro Ra-tim-bum” no qual o contato do participante com o programa era feito via SMS (mensagens de texto no celular).

Os quadros a seguir listam as programações com algum tipo de interação do público registradas neste período e nele, observamos, há a supremacia dos chamados programas adultos. Percebe-se também que a TV Globo é a principal veiculadora de sub-canais relacionados à programação na Internet, telefone e jogos.

INTERATIVIDADE E CONTEÚDO PERSASIVO NA FICÇÃO TELEVISIVA BRASIL – ANO 2006			
EMISSORA	FICÇÃO	HORÁRIO	TIPO DE INTERATIVIDADE E CONTEÚDO PERSASIVO
GLOBO	BELÍSSIMA	21h	MENU BÁSICO GLOBO*
			PUBLICAÇÃO DE RECADOS
	BANG BANG	19h	JOGO
	ALMA GEMEA	18h	MENU BÁSICO GLOBO*
			MENU BÁSICO GLOBO*
			MENU BÁSICO GLOBO*
			PUBLICAÇÃO DE RECADOS
			CONTEÚDO ESPECIAL (HISTÓRIA DE JK)
	JK	23h	PROMOÇÃO
			FOTONOVELA
			QUIZ
			MENU BÁSICO GLOBO*
	MALHAÇÃO	17h30	PUBLICAÇÃO DE RECADOS
			BLOG DO ZECK
			MENU BÁSICO GLOBO*
	SINHÁ MOÇA	18h	FOTONOVELA
			CONTEÚDO ESPECIAL (CASTRO ALVES)
			RECEITAS COM CAFÉ
	MINHA NADA MOLE VIDA	23h	MENU BÁSICO GLOBO*
			TESTE
RECORD	COBRAS E LAGARTOS	19h	MENU BÁSICO GLOBO*
			PUBLICAÇÃO DE RECADOS
			FOTONOVELA
			QUIZ
			MENU BÁSICO GLOBO*
			RINGTONES
			VOCE NA NOVELA
			(PUBLICAÇÃO DE RECADOS)
			FOTONOVELA
			CENA COMENTADA
			MESA-REDONDA
			CONTEÚDO ESPECIAL (SÍNDROME DE DOWN)
			CONTEÚDO ESPECIAL (AMA-SOBRE ARTE)
			QUIZ
			ACESSO A DEFICIENTES VISUAIS
SBT			MENU BÁSICO GLOBO*
			COMUNIDADE
			FÓRUMS
			JOGOS
			BLOG CENAS COMENTADAS
			QUIZ
			MENU BÁSICO GLOBO*
			PUBLICAÇÃO DE RECADO
			QUIZ
			RECEITA CULINÁRIA
BAND			MENU BÁSICO GLOBO*
			NA BALADA
			VÍDEO INTERATIVO
			16 POSSIBILIDADES
			MENU BÁSICO GLOBO*
			BLOG DAS PERSONAGENS
			MENU BÁSICO GLOBO*
			JOGOS
			MENU BÁSICO GLOBO*
			JOGOS
TV CULTURA			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			TRAMA INTERATIVA E FINAL INTERATIVO
			ATRAVÉS DE TELEFONE FIXO
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
TV CULTURA			QUIZ PELO CELULAR
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			TELETEXTO
			HISTÓRIA, CRÉDITOS, PERSONAGENS
			SEM SITE
			SEM SITE
			SEM SITE
			SEM SITE
			SEM SITE
			SEM SITE

* MENU BÁSICO GLOBO: Os sites das ficções televisivas da Rede Globo possuem links com uma formatação de apresentação presente em todos os produtos. Esses menus contemplam, em sua maioria, capítulos, personagens, revista, vídeos, créditos, história, galeria de fotos, bastidores, ringtones, novidades e sinopses.

Legenda:

INTERATIVIDADE MEDIADA PELO TELEFONE FIXO

INTERATIVIDADE MEDIADA PELA INTERNET

INTERATIVIDADE MEDIADA PELO CELULAR – SMS

Neste cenário, é possível observar dois aspectos que se diferenciam de toda a trajetória do público infantil no meio televisivo desde seu início no Brasil: a queda considerável na quantidade de programas voltados para esta faixa etária na televisão aberta e o aumento de atrações na TV a cabo e Internet.

Os canais exclusivamente infantis passam a dominar o público infanto-juvenil brasileiro junto com a maior adesão aos planos de TV a cabo através da convergência de serviços de comunicação pelas operadoras (TV, telefone e Internet). Este movimento populariza os canais pagos e distancia a criança da TV aberta, que, por sua vez, não se atualiza com relação a esta programação.

O canal de TV a cabo Disney Channel, que ao entrar no país procurou criar parcerias com emissoras brasileiras para atingir ao novo público, hoje produz programas e filmes exclusivos para o público brasileiro.

Alguns exemplos são “Quando toca o sino”, uma série que simula uma escola brasileira, ou o “Zapping Zone” um programa também apresentado por brasileiros que mistura brincadeiras ao telefone ao vivo com os telespectadores e desenhos animados, e o filme “High School Musical – O Desafio”, uma adaptação da própria Disney do filme original “High School Musical” para o Brasil. Nesta última produção, o personagem principal joga futebol e as músicas possuem um tom mais próximo das representações culturais do país.

Além da TV a cabo, o mundo da Internet atualmente a distancia ainda mais as crianças da televisão. Nos próximos capítulos é nossa intenção refletir sobre a relação criança e televisão, analisando a participação do público infantil na programação televisiva brasileira e refletindo sobre perspectivas que se apresentam para o futuro.

3. O CONCEITO DE CRIANÇA E O SUJEITO TELEVISIVO

“cri.an.ça:
sf (criar+ança) 1 Ser humano no período da infância;
menino ou menina. 2 Pessoa que se entretém com coisas
pueris ou não trata os negócios com seriedade. C. de peito: a
que ainda mama. C.-problema: criança de difícil orientação
pedagógica, em razão de desequilíbrio das funções
neuropsíquicas devido a fatores hereditários ou de
desajustamento social ou familiar. Pl: crianças-problema.”¹⁵

Neste capítulo é feita uma análise do conceito de criança de acordo com sua representação na sociedade e sua participação como sujeito de programações televisivas no Brasil. O espaço gradativo conquistado pela criança no decorrer da formação social deve-se a diversos fatores entre eles as melhores condições de saúde e educação. A televisão no Brasil surge pouco antes do lançamento da Declaração dos Direitos da Criança e do Adolescente, em 1959, e faz parte de um processo de integração desta faixa etária na sociedade após anos de esquecimento.

Além disso, para refletir sobre as características e as consequências da atuação infantil como sujeito televisivo, auxiliando na produção de entretenimento, incluímos a análise de pesquisas relacionadas a este público e sua relação com a televisão. Observamos, por outro lado, o aumento do interesse acadêmico no Brasil sobre o tema, gerando uma base teórica nacional em função, sobretudo, da preocupação sobre o que se produz e o que se assiste. O Brasil se destaca em ações de análise e controle dos conteúdos infantis na televisão e Internet, influenciando inclusive países da América Latina¹⁶ (PONTE, 2012, p. 152-153). A questão da legislação sobre o tema será também enfocada.

3.1 O conceito de criança na sociedade e na mídia: do impresso à televisão

A epígrafe que dá início a este capítulo é a definição da palavra “criança” retirada de um dos dicionários mais famosos do mundo, o Michaelis. O conceito utilizado para esta faixa etária no significado exposto pelo dicionário mostra claramente os medos e preconceitos relacionados à infância, excluindo a possibilidade da contribuição de crianças e jovens no processo crítico da sociedade.

¹⁵ Definição retirada do Dicionário Michaelis da Língua Portuguesa.

¹⁶ Estamos nos referindo especificamente à Agência Nacional dos Direitos da Criança (ANDI), criada no Brasil em 1996 com o objetivo de monitorar a questão da criança nos meios de comunicação brasileiros, através de investigações, estudos e outras ações. A partir desta iniciativa, foi criada a ANDI América Latina, entendendo-se a 11 países sul-americanos com a mesma intenção.

De acordo com o pesquisador Phillipe Àries (1978), a criança tinha uma posição diferenciada na sociedade dos anos XV, no caso da Europa Ocidental, classificada por ele como primeira fase. Nesta época, a infância era imediatamente ligada ao mundo dos adultos e as crianças passavam pelos processos de aprendizagem fazendo o que os adultos faziam. Além disso, era comum que as crianças fossem criadas longe dos pais, em outras famílias. A partir do século XVII, a escola começa a entrar no cotidiano das crianças e o aprendizado, antes feito a partir da mistura das crianças e adultos, passa a ser exercido de forma direta através da educação:

A despeito das muitas reticências e retardamentos, a criança foi separada dos adultos e mantida à distância numa espécie de quarentena, antes de ser solta no mundo. Essa quarentena foi a escola, o colégio. Começou então um longo processo de enclausuramento das crianças (como dos loucos, dos pobres e das prostitutas) que se estenderia até nossos dias, e ao qual se dá o nome de escolarização. Essa separação e essa chamada à razão - das crianças deve ser interpretada como uma das faces do grande movimento de moralização dos homens promovido pelos reformadores católicos ou protestantes ligados à Igreja, às leis ou ao Estado. Mas ela não teria sido realmente possível sem a cumplicidade sentimental das famílias, e esta é a segunda abordagem do fenômeno que eu gostaria de sublinhar. A família tornou-se o lugar de uma afeição necessária entre os cônjuges e entre pais e filhos, algo que ela não era antes. Essa afeição se expressou, sobretudo através da importância que se passou a atribuir a educação. Não se tratava mais apenas de estabelecer os filhos em função dos bens e da honra. Tratava-se de um sentimento inteiramente novo: os pais se interessavam pelos estudos de seus filhos e os acompanhavam com uma solicitude habitual nos séculos XIX e XX, mas outrora desconhecida. (ÀRIES, 1978, p. 5) ¹⁷.

A criança como sujeito afetivo e simbólico surge junto com as inovações tecnológicas e de comunicação, interrompendo anos de invisibilidade em meio a péssimas condições de saúde, que culminavam com a morte de muitas nos primeiros anos de vida, o abandono até a fase adulta e a falta de representatividade na sociedade. A partir do século XVIII este cenário começa a mudar com a redução na taxa de mortalidade infantil. E no século XIX, as crianças já ocupavam lugar de importância na composição das famílias e da medicina, sendo criada a Pediatria. E enfim no século XX, se iniciam discussões em torno dos direitos das crianças (PONTE, 2012. p. 23-30).

Um ponto importante no avanço do direito das crianças foi o fim do trabalho infantil, no caso brasileiro utilizado de forma extensiva e generalizada até os anos 1940, por se tratar de uma mão de obra barata e que fazia parte da paisagem urbana em fábricas de tecido e outras da indústria nascente. Com a legislação trabalhista dos anos 1940, restringe-se pela primeira vez o trabalho infantil. Mas na prática, a mão de obra da criança de maneira extensiva e sem controle continuou por todo o século XX.

¹⁷ Sobre a história da infância cf. ARIÈS (1978).

Para Cristina Ponte (2012) o conceito como um universal e a institucionalização da imagem da criança é produto do século XIX.

Para esta institucionalização da infância e a consolidação da diferença entre crianças e adultos, contribuíram três grandes eixos de mudança social: a dependência econômica, a disciplina e a padronização, asseguradas respectivamente pela eliminação do trabalho infantil e pelas regras de conduta impostas pela escola; e a definição dos limites da normalidade, realizada pelas novas ciências centradas na criança, a Pediatria e a Psicologia (PONTE, 2012, p. 31).

Ainda no processo de formação da identidade infantil, surge a imagem da “criança-aluno” sendo desenvolvidos estudos pedagógicos para criação e disciplina das crianças. Esta construção abre as portas para criação de um padrão de comportamento (baseado nas crianças de classes nobres) e de comunicação de acordo com o imaginário de inocência, do qual um dos exemplos é o conto de fadas.

Antes de pensar o conceito na sua relação com a produção televisiva, é necessário mostrar como a inclusão da representação da infância na TV segue um longo caminho, no qual a construção de uma imagem da criança se desenvolveu em outras mídias, dos jornais ao cinema, passando pela literatura. O conteúdo de fantasia passou a fazer parte dos principais títulos da literatura voltada para este público no fim do século XIX e início do XX. Neste período, personagens como Peter Pan e Alice no País das Maravilhas¹⁸ tiveram destaque entre crianças e adultos, construindo, portanto, o início de uma comunicação infantil (PONTE, 2012, p. 48). Estas mesmas histórias foram adaptadas ao cinema em filmes de Walt Disney e, posteriormente, levadas à televisão em filmes ou mesmo séries inspiradas nas películas originais.

A construção de uma identidade infantil para os meios de comunicação gerou apreensão das famílias com relação à influência que poderiam ter no pensamento e nas opiniões das crianças. Este processo foi chamado por Cristina Ponte, a partir dos estudos de Kirsten Drotner (1992), de “media panics”:

A atribuição de uma influência social negativa junto de mentes mais fragilizadas adquire contornos mais vincados nos tempos modernos de instabilidade e de mudança social. A expressão *media panics*, cunhada pela investigadora dinamarquesa Kirsten Drotner (1992) e que substancia essas preocupações, remete para *moral panics*, conceito introduzido pelo sociólogo britânico Stanley Cohen, em 1972, na análise aos modos como os meios de comunicação de massa são capazes de gerar preocupações sociais partilhadas em grande escala, perante algo (uma condição, um episódio, uma pessoa ou um grupo de pessoas) (PONTE, 2012, p. 54).

¹⁸ Para aprofundamento dos títulos e informações sobre o início da literatura infantil ver: PONTE, Cristina. *Crianças e Media*. Pesquisa internacional e contexto português do século XIX à actualidade. Imprensa de Ciências Sociais, Lisboa, 2012. Sobretudo Parte I, Capítulo 2.

A partir da definição de *media panics* principalmente após a entrada do cinema neste contexto, são iniciadas ações de regulação da comunicação para o público infanto-juvenil com o objetivo de melhorar a qualidade dos conteúdos consumidos por este grupo.

A investigadora dinamarquesa, Kirsten Drotner, que definiu o *media panics*, alinha os motivos que contribuem para esta preocupação com relação ao cinema em cinco pontos relacionados diretamente à especificidade da então nova mídia:

- 1) Os filmes eram o primeiro meio que não tinha no suporte impresso o seu principal modo de comunicação, assentando em imagens em movimento a que se virá juntar a fala e a música; 2) Ao contrário da leitura, o modo de participação do espectador no cinema não podia ser ensinado nem interditado; 3) Sem tutoria, as crianças poderiam rapidamente ser levadas a identificarem-se com as personagens e a imitar os seus modos transgressivos; 4) Os filmes propunham-se apresentar eventos reais, podendo originar confusão entre fantasia e realidade nas mentes dos mais novos; 5) Os filmes eram exibidos em salas de cinema, espaços não regulados e comerciais. (DROTNER, 1999, *apud* PONTE, 2012, p.60-61).

Estas mesmas características são encontradas na televisão, porém, o formato doméstico do meio facilitava a regulação familiar. Ainda assim, o contexto de surgimento da televisão coincide com transformações mundiais decorrentes do período da Guerra Fria, do decréscimo no número de filhos nas famílias e do aumento dos estudos voltados às crianças em todo mundo.

Entretanto, o papel da criança na sociedade não sofre grandes mudanças, sendo ainda vista como “criança-problema”, para a qual se deveria impor uma disciplina extrema principalmente nas escolas. O movimento do feminismo contribui para a discussão desta posição da criança no modelo familiar e influencia questionamentos sobre o tipo de educação presente nas escolas (PONTE, 2012, p.119).

A televisão inicia sua participação neste cenário contribuindo para a formação do conceito moderno de criança, no qual se considera esta faixa etária como setor participante e ativo da sociedade com capacidade crítica, de interpretação e influência no consumo. Esta atuação é representada pela criação de programas televisivos voltados exclusivamente para o público infantil.

Junto com o novo meio, há também uma nova versão do *media panics* (DROTNER, 1992), com preocupações sob a influência dos programas televisivos e das campanhas publicitárias sob o pensamento crítico e o comportamento das crianças, o que estimula o estudo e aplicação de regras para estas atrações.

Um exemplo da influência da televisão sobre as crianças já é visto nos primeiros anos de transmissão no Brasil, conforme apontado pela pesquisadora Deborah Guaraná, e já citado anteriormente:

A TV Tupi cria o personagem Indiozinho Tupi, em resposta a cartas de pais reclamando da dificuldade de colocar os filhos na cama a partir da chegada da TV. O indiozinho aparecia, retirava seu cocar em formato de antena de TV, pendurava na parede e: “Já é hora de dormir. Não espere a mamãe mandar. Um bom sonho para você e um alegre despertar”. Percebe-se através deste slogan a TV assumindo seu papel de autoridade dentro da família (GUARANÁ, 2007) ¹⁹.

Com a individualização dos aparelhos de televisão, cada vez mais crianças possuem um ponto exclusivo de transmissão dentro de casa, muitas vezes dentro do seu quarto o que impede o controle e mediação dos pais sob os programas assistidos e o tempo dedicado à televisão. Segundo dados da UNESCO reunidos por Jomar Barros Filho (2011, p. 2) em artigo publicado na Revista Ibero-americana de Educação, as crianças dedicam mais tempo à televisão do que a atividades que contribuem para seu desenvolvimento: de três a quatro horas diárias. No Brasil, este número é ainda mais alarmante: segundo o Painel Nacional de Televisão do IBOPE 2007 as crianças brasileiras que estão entre quatro e 11 anos de idade passam, em média, 4 horas, 50 minutos e 11 segundos por dia em frente à TV (ANDI e INTERVOZES, 2011, p.3). Em artigo publicado em 1995 na revista Comunicação e Educação, a pesquisadora Elza Dias Pacheco já alertava para a necessidade de reflexão sob as interpretações infantis no que dizia respeito à programação televisiva:

As crianças de todo o mundo assistem, pelo menos, a trinta e seis horas semanais de televisão. O assunto é sério e exige cautela, muita reflexão e muita pesquisa, mas abordá-lo exige um referente primordial e este é a própria criança. A reflexão sobre TV, programação infantil e cultura nos induz em primeiro lugar à compreensão do que seja uma criança, como pensa, como sente, como percebe, como representa as coisas, os eventos do cotidiano (PACHECO, 1995, p. 43).

E no decorrer da década de 1990 observa-se o adensamento dos estudos sobre o papel da criança tanto como espectador televisivo quanto como sujeito da criação artística, regularizado com base nas classificações indicativas e nas leis de trabalho infanto-juvenil. Além disso, a comunicação para crianças começa a associar a grade de programação ao poder desse público como consumidor, o que num primeiro momento possibilita grandes produções destinadas a essa faixa etária, como vimos no capítulo anterior.

¹⁹ Artigo de Débora Guaraná para o site “Overmundo”: <http://www.overmundo.com.br/overblog/o-conceito-historico-da-infancia>

A Convenção dos Direitos da Criança, em 1989, que se pautou em princípios básicos como não discriminação, melhor interesse da criança, direito à vida, à sobrevivência e ao desenvolvimento, incluiu diretrizes relacionadas à mídia e televisão. O artigo 17º trata dos meios de comunicação de massa e da obrigatoriedade de disseminarem informação e material para o benefício social e cultural da criança (PONTE, 2012, p.123).

Este contexto de maior discussão pelos direitos das crianças e o avanço dos estudos relacionados à melhor forma de sua criação, educação e disciplina se desenvolve num momento de transformação da estrutura familiar, da entrada da mulher no mercado de trabalho e do avanço das novas tecnologias. Este conjunto de situações cria uma geração que conhece seus direitos e que, contudo, recebe uma malha extremamente ampla de possibilidades de interação e entretenimento via televisão, Internet e jogos eletrônicos. A consequência mais imediata é uma nova fase de preocupações com relação aos limites estabelecidos às crianças e a responsabilidade da tecnologia na influência do seu comportamento.

Tal movimento se desenvolve com mais força em países de democratização recente como Brasil e África do Sul. No Brasil, foi criada a Agência de Notícias dos Direitos da Criança, a ANDI, com o objetivo de monitorar como as mídias no país vêm abordando o tema da infância. A partir da iniciativa brasileira surgiu a Rede ANDI, que abrange 11 países da América Latina e dá atenção à publicidade, classificação indicativa, Internet e imprensa relacionada às crianças (PONTE, 2012, p.152-153). A Internet, inclusive, traz preocupações novas no que diz respeito à privacidade e contato com pessoas *on line* criando a necessidade de reforçar o papel da mídia na produção de conteúdo para este público, conforme artigos da Convenção de 1989.

Neste fluxo de preocupação com o sujeito criança, a comunicação televisiva e de Internet não foi apenas motivo de apreensão. Na mídia globalizada, estes veículos participam como agentes de veiculação da condição da criança (PONTE, 2012, p.125) e denunciam abusos, maus-tratos e outras violações dos direitos de pessoas desta faixa etária.

A classificação indicativa tem o objetivo de tornar a responsabilidade do conteúdo assistido pelas crianças fator contributivo entre regulação do governo, filtro das emissoras e controle da família. Em artigo publicado na *Revista Ponto*, José Eduardo Cardozo e Paulo Abrão, Ministro da Justiça e Secretário Nacional de Justiça,

respectivamente, reforçam que a classificação indicativa media valores fundamentais para a democracia, concedendo direito à liberdade e o dever de proteção das crianças:

A educação no Brasil, em sentido amplo, é dever do Estado e da família. Ela é promovida e incentivada com a colaboração da sociedade. Daí que os órgãos do Estado democrático são instados a atuar para que as liberdades de expressão (dos artistas e roteiristas) e de exibição (das empresas de rádio, cinema, teatro e televisão) estejam aliadas à preservação dos direitos dos pais em decidir sobre a educação de seus filhos - e aos direitos próprios das crianças e adolescentes de serem protegidos em uma fase vital de seu desenvolvimento biopsicossocial (*Revista Ponto*, 2012)²⁰.

A mesma Secretaria Nacional do Ministério da Justiça lançou em 2012 a campanha “Não se engane, tem coisas que o seu filho não está preparado para ver”, com o objetivo de conscientizar sobre a importância da classificação indicativa.

O conceito de infância, porém, passa por transformações relacionadas ao modelo de produção televisiva globalizada e às experiências da vida real. Os programas e as produções de teledramaturgias passam a ser caracterizados de forma a não considerar as diferenças sociais e culturais do país, não atendendo, portanto, às necessidades das crianças, e gerando em consequência, uma “cultura híbrida” exemplificada pela teoria de Lemish (2002), citado por Cristina Ponte (2012):

Recusando binômios da modernidade, (local /global; nacional/universal), pesquisas realizadas junto de crianças de diversos países e continentes dão conta de que as crianças são receptores ativos desses conteúdos e de que os incorporam, transformando-os e adaptando-os, às suas condições de existência. Nas palavras de Lemish (2002), a *glocalização* traduz essa cultura híbrida das crianças, embebida nas suas vivências cotidianas e nos conteúdos dos *media* e as acedem (PONTE, 2012, p.126-127).

Ao mesmo tempo, é importante ressaltar que a criança na televisão ocupa não só a produção cultural de entretenimento como também a parte noticiosa. Neste modelo de comunicação, a temática infância apresenta características que limitam a própria criança a assistir as notícias. As pautas que incluem esta faixa-etária normalmente abordam tragédias e violações dos direitos da criança, além de destacar o envolvimento do sujeito infantil em conflitos e guerras. Entretanto, esta camada da sociedade está ausente na maioria das notícias sobre desenvolvimento econômico e social (PONTE, 2012, p. 150).

Por outro lado, a criança como espectadora da notícia já foi tema de diversas pesquisas que resultaram em conclusões sobre o impacto destas informações sobre a criança espectadora e sobre criança-sujeito da notícia. Segundo relatório do Intervozes/ANDI (2012), pesquisas americanas indicam que entre os principais impactos da televisão na criança está o medo gerado pelo conteúdo das notícias:

²⁰ Artigo de José Eduardo Cardozo e Paulo Abrão para a Revista Ponto em 02 de abril de 2012: <http://www.revistapontocom.org.br/artigos/classificacao-indicativa>

(...) os cenários de violência retratados pela mídia transformam o mundo em um lugar atemorizante para o espectador infanto-juvenil, mais impressionável que o adulto. O Physician Guide to Media Violence – publicado pela American Medical Association (AMA), em 1996 – alerta que 'a exposição a um único filme, programa de televisão ou reportagem pode resultar em depressão emocional, pesadelos ou outros problemas relativos ao sono em muitas crianças', particularmente as mais novas. E crianças amedrontadas estão mais sujeitas a se tornarem vítimas ou agressores (INTERVOZES, 2012, p.5)

Outro tema que gera preocupações e debates envolvendo a criança e a televisão é a publicidade. Um dos pontos que remetem à idade infantil como participante crítico do consumo é seu impacto em datas como Dia das Crianças e Natal. As lojas superlotam e as propagandas de brinquedos e novidades alavancam as vendas. Contudo, a publicidade para esta faixa etária gera polêmicas por, de acordo com especialistas, se tratar de uma fase imatura do pensamento sem discernimento exato de noções de preço e qualidade dos produtos, como destaca Frei Betto no artigo “Crianças entre livros e TV”, publicado na *Revista Ponto* em 2011:

Enquanto a família e a escola querem fazer da criança uma cidadã, a TV tende a domesticá-la como consumista. O Instituto Alana, de São Paulo, do qual sou conselheiro, constatou que num período de 10 horas, das 8h às 18h de 1º de outubro de 2010, foram exibidos 1.077 comerciais voltados ao público infantil; média de 60 por hora ou 1 por minuto! Foram anunciados 390 produtos, dos quais 295 brinquedos, 30 de vestuário, 25 de alimentos e 40 de mercadorias diversas. Média de preço: R\$ 160! (BETTO, 2011) ²¹.

Os dados apresentados anteriormente e outros, que indicam 64% das campanhas comerciais veiculadas na televisão no ano de 2011 foram voltadas para o público infantil (Instituto Alana/UFES, 2011), despertaram a preocupação de governantes e profissionais da educação. A questão da publicidade infantil produziu discussões ainda mais densas, chegando a ser enviado um projeto de lei ao Congresso proibindo propagandas voltadas às crianças entre sete e vinte e duas horas²².

A polêmica com relação à publicidade infantil na televisão foi apontada como principal motivadora do menor número de investimentos comerciais em programas infantis. Falaremos mais sobre este processo de *desinfantilização* da mídia no Capítulo IV.

²¹ Artigo de Frei Betto para a Revista Ponto em 18 de junho de 2011:

<http://www.revistapontocom.org.br/artigos/crianca-entre-livros-e-tv>

²² Informação retirada do site da Câmara dos Deputados: <http://www2.camara.leg.br/>

3.2. A criança como sujeito da televisão: mini celebridades

Os impactos da televisão sobre a criança não abrangem somente a sua posição da como espectadora, mas também como agente da programação. Nestes casos, atuam, sobretudo, nos programas qualificados como de entretenimento.

Nas primeiras décadas de televisão, os programas infantis eram apresentados e realizados em sua maioria por adultos, como foi o caso de Sítio do Pica Pau Amarelo e Capitão Aza²³. Nas décadas de 1980 e 1990, as apresentadoras infantis como Mara Maravilha, Xuxa, Eliana e Angélica tomaram as grades de programação infantil das emissoras de televisão com superproduções. Estas apresentadoras ao mesmo tempo em que ofereciam entretenimento às crianças atraíam o público adulto.

Nas telenovelas, entretanto, as crianças atuaram desde o início. Esse é, por exemplo, o caso de Glória Pires, que atuou aos nove anos na novela “Selva de Pedra” em 1972. Outro exemplo é o de Isabela Garcia, que iniciou a carreira aos seis anos na novela “O Semideus”, lançada em 1973. Desde então diversos atores mirins se destacaram nas televisões do Brasil e do mundo²⁴. Também muito nova, a atual apresentadora do programa “Estrelas” na TV Globo, Angélica iniciou a carreira aos quatro anos quando ganhou o concurso de criança mais bonita do Brasil. Já em 1982 fez seu primeiro trabalho na novela “Avenida Paulista”²⁵.

Nos programas infantis, as crianças tomaram maior destaque durante os anos 1990. Um exemplo foi atuação como apresentador do Disney Club/TV Cruj de Diego Ramiro, na época com 15 anos. O programa ficou no ar no SBT por cinco anos e teve sucesso explosivo junto ao público.

Nos mesmos anos 1990 crianças faziam também sucesso no cinema (repetindo uma característica presente desde os primeiros anos do cinema hollywoodiano). Macauley Caulkin no “Esqueceram de mim” e Lindsay Lohan em “Operação cupido” são dois exemplos. A atuação de crianças nas produções de entretenimento e esportes tomou o gosto dos produtores e tornou-se negócio extremamente lucrativo para as indústrias midiáticas.

Esta cultura mediática expandiu-se de Hollywood para outras latitudes e incorporou sem obstáculo crianças como mercadorias. Se os pais são por vezes duramente questionados sobre os motivos porque envolvem seus filhos no show business, é raro as próprias indústrias dos media serem interpeladas quanto a essas orientações (Higonnet 1998,

²³ Informação retirada do site Wikipedia: http://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_no_Brasil

²⁴ Informações retiradas do site M de Mulher <http://mdemulher.abril.com.br/tv-novelas-famosos/fotos/acontece/antes-depois-atores-mirins-603219.shtml#54>

²⁵ Informações retiradas do site Wikipedia: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Ang%C3%A9lica_\(apresentadora\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ang%C3%A9lica_(apresentadora))

147). Os elevadíssimos índices de popularidade e os *cachets* recebidos por estas crianças expressam o valor/poder do prazer que suas imagens proporcionam a quem as vê/consome, seguindo os seus impulsos de procura de gratificações (PONTE, 2012, p.137).

A citação de Cristina Ponte destacada acima aborda outra questão importante no que diz respeito à atuação de crianças no meio artístico, o papel dos pais e das indústrias culturais sobre este tipo de trabalho. Atualmente no Brasil não existe regulação específica, apesar de ser proibido pela Constituição o trabalho de menores de 16 anos, exceto aprendizes a partir dos 14 anos.

Para realizar alguma atividade artística ou esportiva a criança precisa de um alvará judicial da Vara de Infância e Juventude, mas a ausência de uma lei específica facilita a ação das emissoras e agências. Um estudo realizado pela advogada Sandra Regina Cavalcante (Agência USP de Notícias, 2012) revela que crianças que trabalham na televisão, cinema e publicidade não têm seus direitos garantidos e há casos de abuso, longas jornadas e impactos na educação:

São comuns os relatos de mães apontando que elas chegam pela manhã e esperam até a madrugada para gravar. Também dizem que as crianças sofrem as mesmas pressões e cobranças que são feitas aos adultos. Houve, por exemplo, uma criança que ficou horas suspensa por um cabo para gravar um comercial. Elas não têm acesso aos alvarás e manifestam receio em questionar as condições em que estão os filhos, para não prejudicar suas carreiras. Em muitos casos, elas são vistas pelos produtores como obstáculos, e normalmente aguardam em locais separados dos ambientes de trabalho, em salinhas de espera ou até mesmo na rua. O boletim escolar da maioria dos entrevistados não revela prejuízos decorrentes da rotina de gravações, ensaios e apresentações. Mas os relatos indicam trocas de turmas e de escola decorrentes da carreira artística, bem como a preocupação das crianças de que sua relação com os colegas sejam prejudicadas ao saberem da condição de artista (CAVALCANTE, 2012)

²⁶

A discussão sobre legislação relacionada a este tipo de trabalho ganhou destaque no Brasil após a polêmica envolvendo a menina Maisa Silva, na época com sete anos, e o apresentador do SBT, Silvio Santos.

Durante sua participação no programa Silvio Santos em 10 de maio de 2009 ela se assusta com uma brincadeira do apresentador. Na semana seguinte, Silvio provoca a menina e ela acaba se ferindo na câmera ao correr para a mãe. O caso teve inquérito aberto pelo Ministério Público Federal em São Paulo, Maisa continuou na emissora a frente do programa infantil “Sábado Animado”, mas suas participações no programa dominical foram suspensas²⁷.

²⁶ Entrevista de Regina Cavalcante para Agência USP de Notícias em 16 de abril de 2012: <http://www.usp.br/agen/?p=93985>

²⁷ Reportagem completa no site do O Globo: <http://oglobo.globo.com/revista-da-tv/caso-maisasbt-mpf-sp-pressiona-agora-ministerio-das-comunicacoes-3144648>

Maisa foi contratada pela emissora aos cinco anos e virou febre no Brasil com sua desenvoltura frente às câmeras. A carreira se iniciou aos três, no Programa Raul Gil onde imitava cantoras famosas como Ivete Sangalo com roupas iguais às utilizadas pelas artistas adultas. O contrato de Maisa no SBT foi extremamente comentado devido ao alto cachê para uma criança, cerca de R\$ 20.000,00 mensais.

A apresentadora mirim já teve vídeos com suas travessuras e comentários desenvoltos vistos por mais de um milhão de pessoas. Segundo entrevista concedida pela mãe à Revista Veja o pedido de tentar o sucesso no Programa Raul Gil veio da menina, que a partir dos dois anos já sonhava em ser celebridade²⁸.

O caso de Maisa ainda hoje é assunto entre especialistas. Em entrevista também à Revista Veja em 2012, a menina já com nove anos comenta sua estreia como atriz no SBT, deixa clara a postura de menina-adulta (em alguns momentos Maisa diz que é uma “mulher muito compromissada” e que não tem namorado “sou solteira”) e conta como a carreira artística impossibilitou atividades normais para uma criança de sua idade²⁹: “Ser apresentadora já é um trabalho de gente grande e atriz também. A diferença é que eu tive que deixar de fazer atividades do dia a dia, como inglês, capoeira, natação e balé”.

O caso de Maisa é um exemplo de *desinfantilização* causada pela mídia que gera impacto não só na criança espectadora como também na criança artista. Segundo a pesquisadora Deborah Guaraná (2007), a partir das reflexões do historiador Philippe Ariès (1978), a criança foi tratada com um adulto em tamanho menor já no século XIX:

Ariès diz ainda que as crianças eram tratadas como adultos em tamanho menor e não havia acomodação ou vestimenta especial para elas. Assuntos e brincadeiras sexuais envolviam crianças e adultos. Não havia segredos. As crianças efetivamente participavam da vida como se fossem adultos, não havendo assim uma definição entre o significado de ser criança e ser adulto. Na sociedade medieval o sentimento de infância, não existia – o que não quer dizer que as crianças fossem negligenciadas, abandonadas ou desprezadas. O sentimento da infância não significa o mesmo que afeição pelas crianças: corresponde à consciência da particularidade infantil, essa particularidade que distingue essencialmente a criança do adulto, mesmo jovem. Essa consciência não existia (ARIÈS, 1978, *apud* Guaraná, 2007)³⁰.

Este tratamento foi alterado com os avanços nos estudos sobre a criança e a separação entre fase adulta e infantil. A partir de então assuntos de adultos ficam entre adultos e as crianças são preservadas através das escolas. Porém, ainda segundo

²⁸ Reportagem completa no site da Revista Veja: http://veja.abril.com.br/260308/p_133.shtml

²⁹ Ver entrevista completa em: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/mais-silva-estreia-como-atriz-em-carrossel>

³⁰ Artigo de Débora Guaraná para o site “Overmundo” em 17 de dezembro de 2012: <http://www.overmundo.com.br/overblog/o-conceito-historico-da-infancia>

Deborah Guaraná (2007), esta percepção da criança como adulto está se tornando comum através da televisão:

A pior influencia vinda da TV, entretanto, não tem origem em programas infantis. De alguns anos para cá, a programação televisiva, pelo menos no Brasil, tem exibido com maior frequência os tais "segredos adultos", em horários que teoricamente obedecem a uma censura imposta pelo Ministério da Justiça. Na prática, o sexo aparece na TV a qualquer hora do dia - ainda que implícito e sutil: nas dançarinas de biquíni que rebolem no cenário dos programas de auditório. Na TV, a criança assiste ao Festival de Desenhos da Rede Globo. Na rua, depara-se com a foto da apresentadora, Deborah Secco, nua e numa pose sexy, no outdoor que anuncia a revista Playboy, para a qual também já posaram Carla Perez e Xuxa. Assim que os universos simbólicos de adultos e crianças estão expostos, na televisão e em outras mídias, para ambos. E o controle do que é visto pelas crianças, que tradicionalmente caberia aos pais, é extremamente frágil. Acabam-se, assim, os "segredos" (GUARANÁ, 2007) ³¹.

Desta forma, a criança como sujeito da televisão pode ocupar um lugar de adulto, ao mesmo tempo em que pode atrapalhar seu desenvolvimento social, psicológico e escolar. Estas "super-crianças" fazem parte do cotidiano das transmissões de televisão e devem receber atenção legislativa para garantir os direitos conquistados durante anos de estudos e debates sobre lugar da criança na sociedade. Além disso, a representatividade que estas produções, através da imagem das crianças, promovem entre o público infantil cria um novo comportamento de infância que visualiza a criança como agente consciente e crítico que possui influência quase indiscutível sobre a casa e que, por isso, é o melhor alvo publicitário. Este parece ser o cenário atual da infância na TV.

³¹ Artigo de Débora Guaraná para o site "Overmundo" em 17 de dezembro de 2012: <http://www.overmundo.com.br/overblog/o-conceito-historico-da-infancia>

4. TELEVISÃO E INFÂNCIA: PERSPECTIVA DO SÉCULO XXI

A partir dos estudos realizados nos dois capítulos anteriores, é possível avaliar uma mudança de comportamento das grades televisivas no que diz respeito ao público infantil. Esta modificação pode ser associada a diversos fatores que compõem a rotina da criança no século XXI e fazem da TV aberta uma referência mais distante deste público. Para entender melhor este processo, devemos analisar como as novas tecnologias impactam e dividem o tempo das crianças dentro da família, escola, atividades extras e relações com a sociedade.

Além dos avanços tecnológicos, as estruturas familiares mudaram nestes novos tempos, com menos filhos por família, escolas mais avançadas e tecnologia inserida ainda nos primeiros anos de vida da criança. Este novo cenário contribui para modificações no papel desempenhado pela televisão junto ao público infantil e permite uma comparação ampla da importância que já representou desde sua primeira transmissão no Brasil até o que significa hoje em termos de investimento e audiência.

Para avaliar o processo em que se insere este novo contexto midiático para as crianças, a presença dos jogos eletrônicos e da Internet na infância materializam a afinidade com o pensamento hipertextual infantil e contribuem para mudanças não só no relacionamento desta faixa etária com a televisão como também nos métodos de educação adotados tradicionalmente.

Estes novos agentes de comunicação para a infância estão presentes desde os primeiros anos desta geração infantil do século XXI enquanto representam novidade para a geração de seus pais. No caso desses últimos, também enfocados neste capítulo, o que interessa refletir é sobre o papel que assumem no controle do acesso e utilização das crianças das novas mídias, controle esse que também ocorreu com a televisão através da classificação indicativa.

No processo geral de transformação, a televisão também alterou sua influência e sua atuação diante da criança. Estas mudanças podem ser visualizadas através dos formatos assumidos pelos programas infantis no século XXI e, até mesmo, pela extinção de produções para este público.

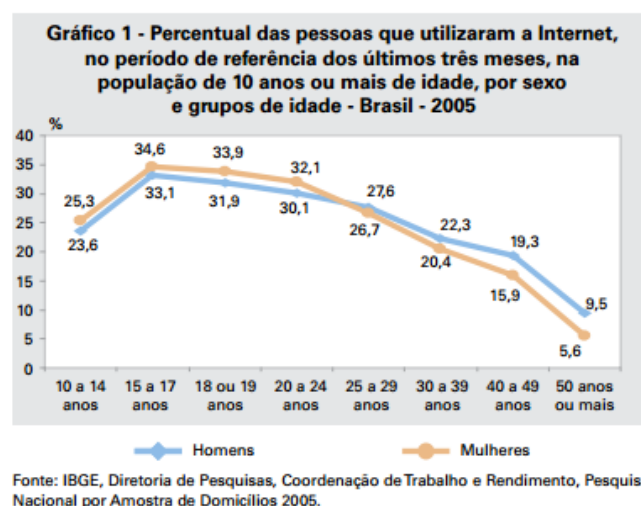
4.1 Transformações no cotidiano infantil: as novas tecnologias do mundo contemporâneo e suas influências na relação criança-mídia

São poucos anos de vida para tanta informação. Enquanto ainda aprendem a falar e escrever, as crianças do século XXI já sabem manusear uma tela *touch*, comandam o controle remoto e utilizam jogos na Internet. Esta infância 3.0 mudou o rumo do cenário comunicativo e, consequentemente a relação entre criança e o cotidiano televisivo.

A *geração da televisão*, descrita por Cristina Ponte, como os integrantes de um período que transcorreu entre os anos 1960 e 1980 com orientação de programação televisiva voltada ao público infanto-juvenil, é no século XXI, os pais da chamada *geração net*. Essa geração cresceu dentro das novas tecnologias e está totalmente imersa neste mundo de Internet, jogos e hipertextualidade comunicativa (PONTE, 2010, p. 50). Segundo Ponte existe uma oposição entre os *baby boomers* e a *geração net* criando um binômio televisão/Internet:

A primeira, geração da televisão, seria uma geração acomodada aos conteúdos mais conformista e mais marcada por uma visão *mainstream* do mundo; a segunda, a geração net, seria uma geração mais vivaça, analítica, criativa, segura de si, receptiva às diferenças e globalmente orientada por via da sua relação intuitiva e espontânea com as tecnologias e os ambientes digitais (PONTE, 2010, p. 50).

Esta nova geração, que nasceu junto à entrada dos computadores, videogames e, reprodutores de música e celulares no mercado brasileiro, participam de um novo comportamento da sociedade, no qual a questão do consumo ganha uma dimensão particular. Consumo e crédito que permitem dispor de outras formas de informação e entretenimento. A criança passa, então, a poder escolher com mais facilidade e exclusividade a mídia que lhe atende. Ver televisão em um período, jogar em outro, ouvir walkman em outro momento e consultar a Internet quando lhe convier. O gráfico a seguir mostra a expressiva participação de crianças a partir de 10 anos no uso da Internet e a liderança de jovens de 15 a 17 (IBGE, 2010):



Obviamente a questão da possibilidade de consumo, relacionada aos grupos sociais entram nesta discussão junto a um momento brasileiro de maior acesso das classes C e D a produtos de tecnologia avançada através de redução de impostos e liberação de crédito. Podemos dizer que a geração de crianças no ano de 2013 entra em contato com a tecnologia de forma geral, principalmente em função do momento econômico vivido pelo país. Porém, de Cristina Ponte inclui em sua análise o fato de há quase vinte anos atrás o investigador britânico David Cannon ter concluído que tanto jovens com elevada e baixa escolaridade

Partilhavam um conhecimento detalhado de computadores, media, marcas de moda, de vestuário ou de desporto, todos se divertiam a reunir fatos e trivialidades, temiam o tédio, preocupavam-se com a aparência e procuravam um contínuo retorno de aprovação dos outros (CANNON, 1994, *apud* PONTE, 2010, p.51).

Esta intimidade da *geração net* com as novas tecnologias independentemente da classe social, também é partilhada por Lucia Castellón e Oscar Jaramillo (2010). De acordo com os estudiosos, a criança possui a mesma lógica não-linear necessária para a utilização de qualquer dispositivo digital, por isso possui predisposição para assimilar com mais facilidade as novas tecnologias. Para exemplificar esta afirmação, os autores contam a experiência do cientista americano Nicholas Negroponte, com mães solteiras no Senegal:

No início dos anos noventa, Negroponte realizou uma experiência de alfabetização digital em Dakar, capital do Senegal, a qual foi documentada em seu clássico “Ser Digital”. Ali, ele conta como tentou ensinar a um grupo de mães solteiras com recursos limitados a utilizar um computador, sem muita sorte. No entanto, em pouco tempo percebeu que os filhos dessas mulheres, cujas idades não passavam de cinco ou seis anos, davam instruções para suas mães sobre o que elas tinham que fazer. Por esse motivo, Negroponte pôs término ao curso de informática para as mães e deu continuidade ao mesmo apenas com as crianças. Para a surpresa de muitos, este grupo de crianças que nunca tivera até então acesso à eletricidade ou a meios de comunicação modernos, como o rádio ou a televisão, aprendeu a usar o computador com a mesma facilidade que as crianças provenientes dos setores mais ricos dos Estados Unidos. Negroponte concluiu que não havia necessidade de um capital cultural ou econômico ou mesmo acesso à eletricidade para que uma criança aprendesse computação. Tudo o que era necessário era que fosse uma criança (CASTELLÓN & JARAMILLO, 2010, p. 174-175).

A consequência do contato das crianças com estas novas tecnologias é que elas mantêm estas características por toda a vida, gerando adultos que consomem jogos, por exemplo. Em 2010, havia cerca de 80 milhões de adultos no mundo que jogavam regularmente (CASTELLÓN & JARAMILLO, 2010, p. 172). Mas a relação dos adultos com as novas tecnologias não é somente consequência da relação das novas

mídias com as crianças. Na direção oposta, o fato de os pais estarem imersos no mundo digital também influencia as crianças. De acordo com Cristina Ponte, houve entusiasmo dos adultos com a entrada das novas opções de mídia na rotina da sociedade:

Num tempo de acelerada mudança social, milhões de adultos iniciaram-se em teclados de computador e em linguagens digitais e tiveram de realizar a sua alfabetização informática por via das suas ocupações profissionais, mas convém assinalar que muitos deles aderiram com prazer e entusiasmo as novas formas de entretenimento como os jogos, numa receptividade ao lúdico associado à infância e juventude que vai de encontro ao que assinalava Mannheim, na relação entre gerações e ritmos de mudança social. Hoje, na maioria dos países do norte europeu, os pais de crianças (6-17 anos) lideram ainda nas estatísticas no que se refere ao uso da Internet (Eurobarómetro, 2009, *apud* PONTE, 2010, p. 51).

Esta imersão dos adultos nas novas tecnologias de comunicação fez com que a euforia por presentes eletrônicos fosse algo não somente do universo das crianças, mas principalmente dos que tem poder de compra, os pais. A loja Matrix, na cidade de Santiago no Chile possuía no ano de 2010, 60% de suas prateleiras voltadas para o público adulto que compra para suas crianças e para si próprio (CASTELLÓN & JARAMILLO, 2010, p. 170).

Isto trouxe um comportamento diferenciado dos pais com relação à Internet e às novas tecnologias. Enquanto nas décadas de 1960 a 1990, existia uma preocupação exacerbada com relação à influência dos meios de comunicação na infância e juventude chamada por muitos autores de *media panics*, na era da Internet os pais incentivam e expõem seus filhos às redes sociais, sites e jogos. São publicadas fotos, criados perfis e permitidos acessos a chats e jogos com interação on line.

O Facebook, atualmente a maior rede social do mundo, não permite que pessoas menores de 13 anos criem contas em sua plataforma, além de evitar através de investigações e campanhas o abuso sexual na Internet. A instituição já chegou a denunciar uma conversa suspeita entre uma menina de 13 anos e um homem de 30 anos³². Porém, a atenção dos pais e das instituições públicas também se faz necessária, do mesmo modo que ocorreu com a televisão através da Classificação Indicativa.

A grande exposição das crianças às redes sociais (com relatos de suas rotinas, fotos, etc.) tem assustado alguns especialistas. Em artigo realizado pelas analistas de segurança Lucimara Desiderá e Miriam von Zuben para a pesquisa “TIC Kids Online 2012” para o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), que analisa

³² Matéria para o site Terra.com em 12 de julho de 2012:
<http://tecnologia.terra.com.br/internet/redessociais-tentam-combater-abuso-sexual-de-menores-de-idade,3bdbfe32cdda310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>

a área de tecnologia da informação no país, foram levantadas informações sobre a relação da criança com a Internet e concluiu-se que existe uma superexposição da infância nas redes sociais:

Ao observarmos as informações que são compartilhadas no perfil da rede social da criança ou do adolescente, chama a atenção que, entre os usuários de Internet de 9 a 16 anos que possuem o próprio perfil na rede social:

- 86% das crianças e dos adolescentes publicam foto que mostra claramente o rosto;
 - 69% publicam o sobrenome;
 - 57% utilizam uma idade que não é a sua idade verdadeira (especialmente entre os mais novos, para burlar a idade mínima necessária no *site*);
 - 42% configuram a opção de privacidade de tal maneira a restringir o acesso aos seus dados (ou seja, de um jeito que somente os amigos tenham acesso) ao passo que um quarto (25%) deixa seu perfil totalmente público;
 - 28% declaram a escola onde estudam;
 - 13% revelam o endereço;
 - 12% publicam seu número de telefone.
- (DESIDERÁ & ZUBEN, 2012, p.68).

Além disso, a pesquisa informa que foi detectado um desrespeito à idade mínima de 13 anos permitida pelas redes sociais para possuir uma conta. De acordo com o estudo, 42% das crianças e dos adolescentes entre 9 e 10 anos e 71% entre 11 e 12 anos possuem perfil próprio, não respeitando a idade mínima estipulada pelos sites (como Facebook e Orkut). Outro dado importante é que grande parte das crianças que possui perfil em rede social na Internet já adicionou pessoas desconhecidas a sua rede de amigos. O número chega a aproximadamente 36% das crianças e dos adolescentes de 11 a 16 anos usuárias de Internet. Este número cresce proporcionalmente à idade, ou seja, quanto mais velho, mais pessoas desconhecidas são adicionadas ao perfil (DESIDERÁ & ZUBEN, 2012, p. 69).

A diferença que torna a Internet mais perigosa que a televisão para as crianças é a possibilidade de interação online sem identificação, o que atrai diversos criminosos. De acordo com o estudo “On line Child Abuse and Sexual Exploitation”, publicado em 2010 pela ONG italiana Telefono Arcobaleno, são criados em torno de 135 sites de pornografia infantil na Internet por dia e, aproximadamente, 100 mil novos internautas acessam este tipo de conteúdo diariamente³³.

Os números são assustadores e demandam cuidado com este novo cenário comunicativo infantil do século XXI. O conflito de gerações com relação à Internet é um fator que dificulta o controle de pais e responsáveis sob o uso das novas tecnologias pelas crianças e jovens. Os integrantes da *geração net*, por demonstrarem maior

³³ Matéria para o site Planeta Sustentável em 18 de maio de 2010:
<http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/desenvolvimento/abuso-exploracao-sexual-infantil-pedofilia-internet-560793.shtml>

facilidade com as novas tecnologias, utilizam a Internet com mais facilidade e frequência que os adultos, vindos da *geração da televisão*. Por esse motivo, muitas vezes pais e responsáveis não sabem o que a criança está fazendo na Internet, ou por que não sabem utilizar, ou por que não gostam de usá-las, em função de dificuldades neste ambiente.

Esses aspectos provocam distanciamento dos adultos, o que é perigoso para a fiscalização do uso da Internet pela infância. Lucimara Desiderá e Miriam von Zuben destacam esta questão no artigo “Crianças e adolescentes usando a Internet com segurança”, enfatizando como este afastamento acontece e como isso pode impactar no controle da Internet, diferentemente do que ocorre com a televisão, fortemente utilizada pelos adultos:

Essa diferença de gerações, em se tratando de questões de mediação no uso da Internet pelos pais ou responsáveis, pode trazer outros problemas, como dificuldades de percepção de riscos e barreiras de comunicação. Tal cenário torna-se ainda mais nítido quando se observa que 75% das crianças e dos adolescentes usuários de Internet consideram que sabem mais sobre a Internet que os pais ou responsáveis e que menos da metade dos pais ou responsáveis (47%) são usuários da Internet, sendo que, destes, somente 44% acessam a rede diariamente. Utilizar a Internet de maneira segura requer que todos estejam conscientes dos riscos aos quais estão expostos e de como se proteger, sendo preocupante observar que 18% dos pais ou responsáveis nem mesmo buscam informações a respeito (chegando a 25% entre os pais ou responsáveis com menor nível de escolaridade) (DESIDERÁ & ZUBEN, 2012, p.66).

Para concluir a abordagem deste abismo tecnológico entre idades que dificulta o entendimento dos pais sobre a importância do controle e acompanhamento do filho no uso das novas tecnologias, Regina de Assis afirma que

a posição dos pais e responsáveis é ingênua ou desinformada sobre os riscos e danos a que seus filhos se expõem no Facebook ou outras redes sociais, sem um controle ou mediação mais próximo, mesmo que maximizando os benefícios advindos do uso da Internet (ASSIS, 2012, p. 88)

As novas mídias e as ferramentas de comunicação contribuíram, portanto, para transformações da infância e da juventude com relação a hábitos e costumes. Segundo Sergio Mattos (2010) o que ocorre atualmente é uma “Revolução Tecnológica” que se reflete na juventude com a busca de fazer parte de algo, de partilhar suas experiências, aspirações, ideias, gostos musicais e de viver o “aqui e agora”:

Com as novas tecnologias a juventude ganhou mais liberdade de expressão e tornou-se mais pragmática e exatamente por isso está sendo conhecida como a geração do “tudo-ao-mesmo-tempo-e-agora”. Por meio das redes de relacionamento social (Orkut, MySpace, Facebook etc.) os jovens se expõem em demasia, a ponto de alguns sociólogos e psicólogos afirmarem que esta geração do século XXI é uma geração sem privacidade (MATTOS, 2010, p. 153).

Diante dessas transformações, a televisão buscou adaptar-se às novas tecnologias como forma de manter as crianças como público atuante, levando seus conteúdos a sites de Internet, criando jogos e outras formas de interação, porém, o público infanto-juvenil acabou por se dividir e fazer escolhas entre as mídias disponíveis para informação e entretenimento. Sobre este processo, Sergio Mattos (2010) analisa que

a juventude está trocando a televisão pelas mídias que praticamente surgiram depois do nascimento dessa geração, que está sendo denominada de *digital natives*, ou seja, os jovens que nasceram na era digital. Para essa juventude, mobilidade e conectividade não são conquistas tecnológicas recentes: são parte natural do mundo, como os automóveis ou a Coca-Cola (HOINEFF, 2007, *apud* MATTOS, 2010, p. 140).

A consequência desta “troca” de referência pelo público infanto-juvenil é a mudança radical da grade das emissoras de televisão abertas, que passam a priorizar o público adulto em suas programações e dedicar menor esforço de produção aos poucos programas infantis que ainda restam. No próximo tópico, refletimos sobre estas transformações na televisão do século XXI.

4.2. Televisão para adultos: distância entre público infantil e televisão no século XXI

Numa visão geral, diversos aspectos contextuais justificam um fenômeno ocorrido gradativamente e muito recentemente visualizado com mais clareza nas grades de programação das emissoras: os programas infantis estão cada vez mais escassos na televisão aberta brasileira. E os ainda existentes não demandam grandes produções, não contam com grandes anunciantes, e principalmente, carecem muito de qualidade.

O exemplo mais recente foi a saída da TV Globinho da grade diária de programação da maior rede de televisão brasileira, a TV Globo. No lugar entrou o programa “Encontro” da antes apresentadora do Jornal Nacional, Fátima Bernardes. O TV Globinho, criado no ano 2000 com o objetivo de diversificar a programação infantil da rede diante das mudanças no público e do mercado (o momento coincide a menor verba de publicidade para programação infantil e fortalecimento da TV paga e Internet), acabou por se limitar a ser exibido nas manhãs de sábado. A justificativa da emissora é que o programa tinha altos custos de produção e pouco patrocínio por conta das pressões em função da legislação existente no que diz respeito à publicidade infantil³⁴.

³⁴ Informação retirada do artigo “Babá eletrônica aposentada” publicado na Revista Ponto em 07 de janeiro de 2013. <http://www.revistapontocom.org.br/artigos/baba-eletronica-aposentada>

O diretor geral da TV Globo, Carlos Henrique Schroder chegou a afirmar que “é uma tendência mundial levar o infantil para a TV a cabo³⁵”.

O contraponto é que o programa tinha um formato muito simples, em comparação às superproduções na década de 1990, como a novela “Caça Talentos” e o programa “Xou da Xuxa”. A apresentação era feita por apenas duas pessoas, os desenhos importados, o cenário simples e a interação através do site sem nenhuma ferramenta mais sofisticada.

O quadro a seguir mostra claramente o que afirmamos anteriormente. Dos treze programas existentes em cinco emissoras de TV aberta em nos anos 2000, apenas sete continuam no ar. Importante ressaltar também que nenhum programa infantil foi produzido a partir do ano de 2010 e que diversas programações das poucas ainda existentes possuem o mesmo modelo de 20 anos atrás (como o caso do Bom Dia & Cia) e não passaram por nenhum processo de sofisticação e modernização. Algumas emissoras como Rede TV! e Record atualmente não possuem nenhuma programação infantil em suas grades de programação. A Bandeirantes possui apenas um programa importado. A TV Globo apresenta três atrações em grade reduzida, apenas aos sábados. O SBT corre contra a maré, investindo neste público, com três programas, sendo um deles diário com duração de mais de três horas e uma novela infantil diariamente à noite, Carrossel.

QUADRO I
PROGRAMAS DESTINADOS AO PÚBLICO INFANTIL NAS PRINCIPAIS
EMISSORAS - 2000-2013

Programa	Emissora	Período	Horário	Ano Criação
Carrossel	SBT	Diário	20:30	2012
Bom dia & Cia	SBT	Diário	9:00 às 12:45	1993
Chaves	SBT	Diário	13:45	1984
Sábado Animado	SBT	Sábado	7:00	1995
Futurama	Bandeirantes	Diário	15:00	1999
Sítio do Pica-pau Amarelo	TV Globo	Sábado	8:00	2007
Turma da Mônica	TV Globo	Sábado	8:10	2010
TV Globinho	TV Globo	Sábado	8:33	2000
Band Kids	Bandeirantes	Diário	ENCERRADO	2000/2013

³⁵ Informações retiradas do site Terra.com: <http://diversao.terra.com.br/tv/tv-aberta-reduz-programacao-de-desenhos-e-perde-publico-infantil.86998371f05be310VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>

Carrossel Animado	SBT	Diário	ENCERRADO	2007/2013
Domingo Animado	SBT	Domingos	ENCERRADO	2004/2009
Desenho Mania	Record	Diário	ENCERRADO	2001/2004
TV Clubinho	Rede TV	Diário	ENCERRADO	2006/2007
A Hora Warner	SBT	Diário	ENCERRADO	2001/2007

Fonte: Sites das emissoras Globo, SBT, Band, Rede TV e Record (as duas últimas não possuem programação infantil na grade atual) e Wikipedia³⁶.

O tema da publicidade infantil tem ganhado força nos últimos anos e movimentado discussões sobre a proibição de comunicação comercial voltada para menores de 12 anos. Foi lançado um projeto de lei pelo deputado estadual do PT, Rui Falcão que criou um projeto de lei propondo a proibição propaganda de alimentos não considerados saudáveis entre o horário de 6 e 21 horas. Outros projetos deste tipo aguardam votação em Brasília³⁷. Além disso, outros movimentos como “Publicidade infantil não” já reúnem cerca de 17.000 assinaturas³⁸. Ao mesmo tempo, instituições em defesa da criança como a ANDI – Agência Nacional dos Direitos da Infância - e o CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária estudam possibilidades de intervenção do governo na publicidade infantil a exemplo de ações realizadas em outros países como Canadá, Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, Noruega, Irlanda, Bélgica, Áustria, Grécia³⁹ que possuem legislações específicas para este segmento de publicidade.

Entretanto a luta por uma regulação da publicidade infantil não significaria a necessidade de exclusão total de programas voltados a este público na TV aberta se houvesse uma audiência expressiva. O argumento utilizado pela Globo pode ter influência de uma pressão publicitária e coincide ironicamente com o lançamento do canal Globosat infantil “Gloob”, com programação voltada à faixa infantil e transmissão de desenhos animados em sua maioria importados, como ocorria com a TV Globinho. Entretanto, o posicionamento da Rede Globo não significa a realidade do Brasil nem

³⁶ Informações sobre programações ainda no ar podem ser encontradas nos sites das emissoras. Globo: <http://redegloboglobo.com/programacao.html>; SBT: <http://www.sbt.com.br/programacao/>; Band: <http://www.band.uol.com.br/tv/programacao.asp>; Rede TV!: <http://www.redeTV.com.br/grade.aspx>; Record: <http://rederecord.r7.com/programacao/>. Para informações de programas inativos da programação ver Wikipedia: http://pt.wikipedia.org/wiki/Anexo:Lista_de_programas_infantis_em_portugu%C3%AAs.

³⁷ Informação retirada do site Veja.com: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/projeto-de-lei-quer-restringir-a-publicidade-voltada-ao-publico-infantil>

³⁸ Site “Publicidade infantil não”. <http://www.publicidadeinfantilnao.org.br/>

³⁹ Site ANDI – Comunicação e Direitos. <http://www.andi.org.br/politicas-de-comunicacao/page/regulacao-da-publicidade-infantil>

justifica o afastamento entre as emissoras de TV e o público infantil num país em que menos de 10% da população possui TV por assinatura⁴⁰.

Na TV por assinatura, os menores comandam a audiência. De acordo com informações da Oi TV, em 2013 os canais Discovery Kids, Cartoon Network e Diney Chanel foram os três primeiros colocados no ranking de audiência da operadora de TV a cabo⁴¹. Ao todo são 12 canais descritos como infantis nas grades de TV a cabo do Brasil, três vezes mais que os canais de notícias, por exemplo (ver Quadro II abaixo) . A força do público infantil na TV a cabo é reflexo da falta de opções na TV aberta para este público e do aumento do número de assinantes no Brasil em 2013. Um dos motivos para este crescimento foi a Lei da TV por Assinatura que permitiu a entrada de empresas de telecomunicações também na distribuição de canais, criando os “combos”

⁴² .

QUADRO II
CANAIS DE TV A CABO DESTINADOS AO PÚBLICO INFANTIL - 2013

Canal	Operadora
Boomerang	Claro TV, NET, Oi TV, GVT
Cartoon Network	Claro TV, NET, Oi TV, GVT, SKY
Discovery Kids	Claro TV, NET, Oi TV, GVT, SKY
Disney XD	Claro TV, NET, Oi TV, GVT, SKY
Disney Channel	Claro TV, NET, Oi TV, GVT, SKY
Nick Jr.	Claro TV, Oi TV, GVT
Nickelodeon	Claro TV, NET, Oi TV, GVT, SKY
Disney Júnior	Claro TV, NET, Oi TV, GVT
TV Rá Tim Bum	Claro TV, NET, Oi TV, GVT, SKY
Tooncast	Claro TV, Oi TV, GVT
Gloob	Claro TV, NET, Oi TV, GVT
Baby TV	Oi TV

Fonte: Principais operadoras de TV a cabo do Brasil: Claro TV, Oi TV, NET, GVT e SKY⁴³

⁴⁰ Dados da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel até dezembro de 2012.

http://sistemas.anatel.gov.br/satva/hotsites/conheca_brasil_satva/default.asp

⁴¹ Informações retiradas do site Oi TV: <http://www.novidadesoitv.com/2013/03/canais-infantis-lideram-no-ranking-de.html>

⁴² *Combos* são pacotes de TV por assinatura que incluem dois ou mais serviços prestados por uma mesma operadora. Ex.: TV + Telefone + Internet = R\$ 49,90. De acordo com site do Governo Brasileiro, crescimento foi cerca de 5% em relação a abril de 2012.
<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2013/06/13/brasileiros-investem-cada-vez-mais-em-tv-por-assinatura>.

⁴³ Grades podem ser visualizadas nos sites das operadoras.

Claro TV: <http://clarotv.claro.com.br/gradedecanal.aspx>; Oi TV: <http://www.oi.com.br/oi/oi-para-voce/oi-tv/servicos/programacao-oi-tv>; NET: http://www.netcombo.com.br/netPortalWEB/appmanager/portal/desktop?_nfpb=true&_pageLabel=programacao_gradedecanais_gradedecanais_home_page; GVT: <https://epg.gvt.com.br/metadados-portal/>; SKY: <http://www.sky.com.br/servicos/Guiadatv/gradedecanais.aspx>

Um aspecto a ser considerado é que demonstra que ainda há uma potencial audiência das crianças para a televisão aberta, foi o investimento de outras emissoras na programação infantil diante das mudanças ocorridas na grade da TV Globo. O SBT reeditou a novela infantil Carrossel e trouxe novas animações importadas para o programa Bom dia & Cia. A Bandeirantes reabriu a faixa infantil no período das manhãs, com “Futurama” matinal. A TV Brasil também manteve sua programação infantil como “missão e dever da TV pública ter a opção infantil saudável no canal aberto. Essa é uma maneira de contemplar aqueles que ainda não migraram para a tevê paga”⁴⁴ (Rogério Bransão, Terra.com, maio/2013). Mesmo sem grandes produções, as emissoras lucraram com as novas ações e impactou a programação da TV Globo, como afirmou Marcus Tavares, jornalista e editor da Revista Ponto.com:

Com tantas alternativas, o programa da Fátima Bernardes não emplacou. Na média da semana, a programação infantil do SBT ficou em primeiro lugar, sinal que as crianças estão com o controle remoto nas mãos e que o argumento da TV Globo está errado. Parece que, na prática, as emissoras não sabem (ou não querem) mais produzir para a criança. Uma pena, pois um projeto interessante vai contar, sim, com receita publicitária e consequentemente com audiência. Deixar essas produções para a TV fechada é negar o acesso da maioria das crianças brasileiras, que tem na TV aberta a principal fonte de lazer (TAVARES, 2012).

Outra constatação importante é que neste novo cenário, a figura da “apresentadora infantil” que era símbolo de uma geração, estabelecia grande influência sobre as crianças, criando marcas, de brinquedos, roupas, sapatos, etc. com seu nome. Com o término dos programas, as marcas também se extinguíram. Nomes como Xuxa, Angélica, Mara Maravilha, Eliana, Carla Perez, entre outros não atraem mais o público infantil consumidor que movimentava a audiência nos anos 1990. A relação destas “apresentadoras – símbolo” com a publicidade era mais densa. Seus nomes tinham valor e consequentemente atraíam anunciantes e recursos para os superprogramas criados. A apresentadora Xuxa, por exemplo, é detentora de um grupo empresarial chamado Xuxa International Corporation, que engloba a Xuxa Produções responsável por produtos relacionados a produções, discos, vídeos, cosméticos, roupas, brinquedos e outros negócios da apresentadora.

Desta forma, o fim das apresentadoras como ícone dos programas infantis, trouxe uma queda considerável no investimento de anunciantes, além dos outros pontos

⁴⁴ Observação do diretor da TV Brasil Rogério Bransão ao site Terra.com em 18 de maio de 2013. <http://diversao.terra.com.br/tv/tv-aberta-reduz-programacao-de-desenhos-e-perde-publico-infantil.86998371f05be310VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>

destacados anteriormente: movimentos pelo fim da publicidade infantil, menor interesse das emissoras em dedicar programas a este público, crescimento da TV a cabo, da Internet e dos jogos.

Todos estes fatores desencadearam um movimento de afastamento desse público, tornando a televisão um ambiente para adultos em sua grande maioria, fazendo com que as crianças, que antes tinham a opção entre televisão, Internet e jogos, passassem a não contar com programações interessantes e de conteúdo educativo como ocorreu com “Vila Sésamo” na década de 1980. Marcus Tavares em outro artigo intitulado a “Babá eletrônica aposentada”, analisa:

No Brasil de hoje, criança só tem melhores opções na TV por assinatura. Mas que criança? De acordo com a Anatel, somente 16 milhões de domicílios brasileiros têm acesso à tevê fechada. Ou seja: não é a realidade de muitas meninas e meninos. Fato muitas vezes ignorado pelas emissoras e pelo próprio governo federal, que poderia cobrar e investir mais na produção audiovisual para criança na tevê aberta comercial e na TV Brasil, vinculada à Empresa Brasileira de Comunicações. Em 2012, apenas o programa TV Piá, uma produção terceirizada, fez diferença na programação da TV Brasil. Que tal, em 2013, pressionar os canais e o poder público? Lembrando: os canais são concessões públicas. Exigir produções/programas para crianças, com bom conteúdo, diário e em horário compatível é um direito (TAVARES, 2012)⁴⁵.

⁴⁵ Artigo de Marcus Tavares para a Revista Ponto.com em 07 de janeiro de 2013: <http://www.revistapontocom.org.br/artigos/baba-eletronica-aposentada>

5. CONCLUSÃO:

Este estudo realizou um panorama analítico sobre a participação da criança no cenário televisivo e como este público foi e continua sendo visto como um dos mais importantes para comunicação de entretenimento, informação, publicidade e interação.

A partir de conceitos sobre a infância, entende-se que a relação desta parcela da população com a mídia estabelece e sofre influência social, política, histórica e econômica a todo o momento. O cenário do século XXI mostra uma televisão desacreditada em relação ao público infantil e voltada para programas cada vez mais adultos e não recomendados para uma boa formação infantil.

A temática infantil tomou os canais de TV a cabo, que atende apenas 10% da população brasileira (dados de 2012). Este fato traz um questionamento primordial para entender e analisar criticamente as transformações atuais na televisão: porque as crianças não possuem programação se a maioria não tem opção além da TV aberta? Para encorpar este argumento trazemos discussões sobre a questão da publicidade, cada vez mais limitada para o público infantil, a afinidade da criança com as novas tecnologias e a participação cada vez maior dos novos meios na vida das crianças.

Os recentes debates sobre proibição de comerciais voltados diretamente para as crianças deram argumentos às emissoras de que as programações não estavam recebendo financiamento para criação e transmissão, por esse motivo, a limitação na grade. Entretanto, a publicidade brasileira não pode decidir se mais da metade das crianças no Brasil terão uma programação específica e de qualidade.

O que mudou dos anos 1990 para cá? As possibilidades aumentaram para as crianças e a afinidade psicológica da infância com a hipertextualidade das novas tecnologias faz com que este público muitas vezes não escolha a televisão como meio de informação e entretenimento. Porém, no Brasil, a grande maioria das crianças ainda não possui acesso a estas novas tecnologias e espera da televisão uma programação que lhe atenda. O SBT percebeu este público e acelerou suas produções infantis desde a saída da TV Globinho e vem colhendo bons resultados. As outras emissoras incluíram enlatados em sua programação e os canais infantis de TV a cabo assumem liderança de audiência entre as principais operadoras.

O cenário demonstra que a ausência de programação televisiva infantil na TV aberta reflete uma posição elitista das emissoras e falta de compromisso com a democracia na programação. Contudo, as atrações criadas devem distanciar-se do que

havia sendo veiculado: programas de péssima qualidade com desenhos animados enlatados e nenhum diálogo educativo.

A criança brasileira precisa de uma programação de qualidade na televisão e o comportamento das emissoras justificado pelo contexto virtual de diversas informações por novos canais midiáticos não atende às necessidades de comunicação da faixa infanto-juvenil no país.

Desta forma, a análise provocada neste estudo buscou, através de um apanhado de informações e contextos, uma conclusão crítica do posicionamento da televisão atual. A participação de todos os recursos midiáticos que envolvem a criança no decorrer nos anos demonstra que esta faixa etária é presente e atuante na comunicação, concluindo, portanto que a relação da criança com a mídia envolve não somente entretenimento, mas também história, sociedade, tecnologia, informação, família e educação.

6. BIBLIOGRAFIA:

ANDI. Mídia e Infância: O impacto da exposição de crianças e adolescentes a cenas de sexo e violência na TV. ANDI – Comunicação e Direitos e Intervenções – Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2012.

ÀRIES, Philippe. “História Social da Criança e da Família”. Rio de Janeiro: LTC-Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 1978.

ASSIS, Regina. “Desafios, dilemas e interpretações sobre os usos da internet por crianças, adolescentes e jovens brasileiros” In TIC Kids Online Brasil 2012, NIC.br, São Paulo, 2012.

BARROS, Jomar. “A programação infantil na televisão aberta: a (des) informação das crianças”. Revista Ibero-americana de Educação, 2011.

BERGANO, Alexandre. “A Reconfiguração do Público” In A História da Televisão no Brasil. Do início aos dias de Hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

BRANDÃO, Cristina. “As Primeiras Produções Televisivas” in RIBEIRO, Ana Paula Goulart e SACRAMENTO, Igor. A História da Televisão no Brasil, São Paulo: Contexto, 2010.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. CONSUMISMO INFANTIL NA CONTRAMÃO DA SUSTENTABILIDADE. Instituto Alana e Ministério do Meio Ambiente, 2011.

BRITOS, Valério Cruz e SIMÕES, Denis Gerson. “A Reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização” In A História da Televisão no Brasil. Do início aos dias de Hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

BRITOS, Valério Cruz e SIMÕES, Denis Gerson. “A Reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização” In RIBEIRO, Ana Paula Goulart e SACRAMENTO, Igor. A História da Televisão no Brasil. Do início aos dias de Hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

CAMINHA, Mariana. “A Teledramaturgia Juvenil Brasileira” in RIBEIRO, Ana Paula Goulart e SACRAMENTO, Igor. A História da Televisão no Brasil. Do início aos dias de Hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

CASTELLÓN, Lucia e JARAMILLO, Oscar. “Jovens, jovens adultos e videogames: The games generation” In BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando (org.). Comunicação Cultura e Juventude. São Paulo: INTERCOM, 2010.

CONSUMISMO INFANTIL NA CONTRAMÃO DA SUSTENTABILIDADE. Instituto Alana e Ministério do Meio Ambiente, 2011.

- DESIDERÁ, Lucimara e VON ZUBEN, Miriam. “Crianças e adolescentes usando a internet com segurança” In TIC Kids Online Brasil 2012, NIC.br, São Paulo, 2012.
- GOULART, Ana Paula e SACRAMENTO, Igor. “A Renovação da Estética da TV” *in* A História da Televisão no Brasil. Do início aos dias de Hoje. São Paulo: Contexto, 2010.
- GUARANÁ, Deborah. O conceito histórico da infância. Overmundo, Recife, 2007.
- MACHADO, Arlindo. “Televisão Levada a Sério”, São Paulo: Senac: 2000.
- MATTOS, Sergio. “O imaginário da juventude, a televisão e as tecnologias digitais” in BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando (org.). Comunicação Cultura e Juventude. São Paulo: INTERCOM, 2010.
- MÉDOLA, Ana Silvia e REDONDO, Léo Vitor. “A Ficção televisiva no mercado digital” *in* RIBEIRO, Ana Paula Goulart e SACRAMENTO, Igor. A História da Televisão no Brasil. Do início aos dias de Hoje. São Paulo: Contexto, 2010.
- MIRA, Maria Celeste. “O Moderno e o Popular na TV de Silvio Santos” In RIBEIRO, Ana Paula Goulart e SACRAMENTO, Igor. A História da Televisão no Brasil. Do início aos dias de Hoje. São Paulo: Contexto, 2010.
- PACHECO, Elza Dias. A Linguagem Televisiva e o Imaginário Infantil. Revista Comunicação e Educação. Volume 1, nº 2, São Paulo, 1995.
- PONTE, Cristina. “Jovens e Internet: discutindo divisões digitais” in BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando (org.). Comunicação Cultura e Juventude. São Paulo: INTERCOM, 2010.
- PONTE, Cristina. Crianças e Media. Pesquisa internacional e contexto português do século XIX à actualidade. Imprensa de Ciências Sociais, Lisboa, 2012.
- TAVARES, Marcus. “Babá eletrônica aposentada”. Revista Ponto.com, publicado em 07 de janeiro de 2013. <http://www.revistapontocom.org.br/artigos/baba-eletronica-aposentada>
- TAVARES, Marcus. “Quem dá mais pelo público infantil”. Revista Ponto.com, publicado em 05 de julho de 2012. <http://www.revistapontocom.org.br/artigos/quem-da-mais-pelo-publico-infantil>

SITES:

BRASIL. IBGE 2010: <http://www.ibge.gov.br/>

SITE TERRA.COM: <http://diversao.terra.com.br/>

SITE VEJA.COM: <http://veja.abril.com.br/>

SITE “Publicidade infantil não”. <http://www.publicidadeinfantilnao.org.br/>

SITE ANDI – Comunicação e Direitos. <http://www.andi.org.br/>

SITE Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel: <http://sistemas.anatel.gov.br/>

SITE Oi TV: <http://www.novidadesoitv.com/>

SITE Governo Federal do Brasil: <http://www.brasil.gov.br/>

Revista Ponto <http://www.revistapontocom.org.br/artigos/>